

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Penelitian**

Selat merupakan sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Kapuas, Provinsi Kalimantan Tengah, Indonesia. Kecamatan ini merupakan tempat pusat pemerintahan Kabupaten Kapuas tepatnya di kelurahan Selat Utara terdapat kantor Bupati Kapuas dan di kelurahan Selat Hilir terdapat gedung DPRD Kabupaten Kapuas. Selain itu di kecamatan inilah akan dilaksanakan MTQ tingkat provinsi yang akan dilaksanakan pada akhir bulan Mei 2012. Selain itu dikecamatan ini terdapat banyak taman kota yang sangat asri sehingga kota Kuala Kapuas dinobatkan sebagai salah satu kota terbersih di Kalimantan Tengah bersanding dengan kota Pangkalan Bun dan Sampit.

Kuala Kapuas terletak di antara  $2,75^{\circ}$  Lintang Selatan dan  $3,12^{\circ}$  Lintang Selatan dan  $114,07^{\circ}$  Bujur Timur sampai dengan  $113,23^{\circ}$  Bujur Timur terletak di Garis Khatulistiwa.

Ibu kota Kabupaten Kapuas adalah Kuala Kapuas. Kuala sendiri berarti delta. Kuala Kapuas adalah kota yang indah, karena berada pada tepi sungai pada simpang tiga. Ketiga sungai tersebut adalah Sungai Kapuas Murung dengan panjang 66,38 km, Sungai Kapuas dengan panjang 600,00 km dan Daerah Pantai/Pesisir Laut Jawa dengan panjang

189,85 km. adapun batas wilayah Kuala Kapuas Kecamatan Selat sebagai berikut :

Sebelah Utara : Wilayah Kec. Pulau Petak dan Kapuas Barat

Sebelah Timur : Wilayah Kecamatan Kapuas Hilir

Sebelah Selatan : Wilayah Kec. Kapuas Kuala

Sebelah Barat : Wilayah Kec. Basarang dan Kabupaten Pulang Pisau

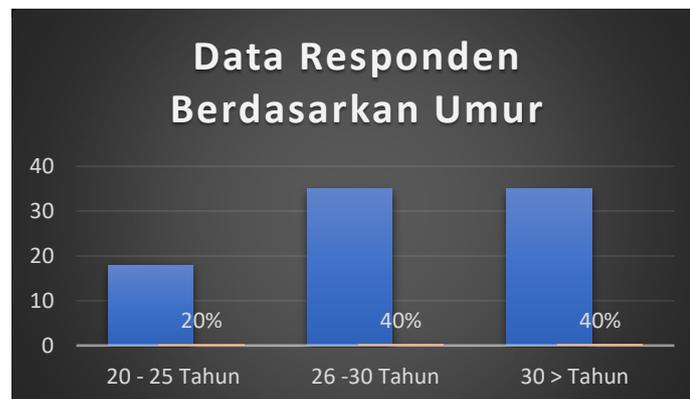
Kuala Kapuas memiliki luas wilayah 21.064 Km<sup>2</sup> atau 7.106 Ha.

Kuala Kapuas memiliki daerah/wilayah perairan yang meliputi danau, rawa dan beberapa sungai besar, yaitu:

1. Sungai Kapuas Murung dengan panjang ± 66,38 km.
2. Sungai Kapuas dengan panjang ± 600,00 km.
3. Daerah Pantai/Pesisir Laut Jawa dengan panjang ± 189,85 km.

## 2. Karakteristik Responden

### a) Umur

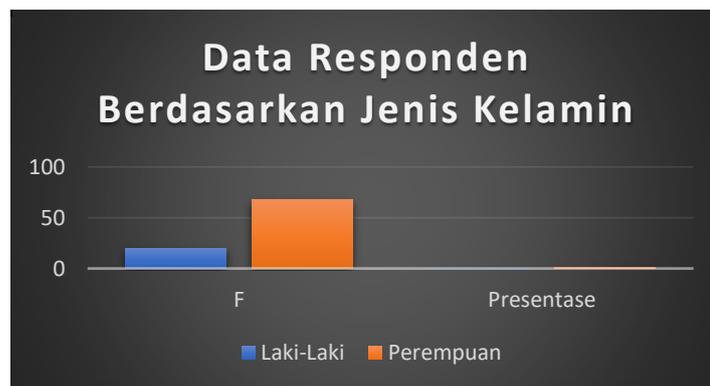


**Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Umur**

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari grafik di atas dijelaskan data responden berdasarkan umur yaitu usia 20 – 25 tahun sebanyak 20 %, usia 26 – 30 tahun sebanyak 40% dan 40% juga yang usianya 30 tahun keatas.

b) Jenis Kelamin

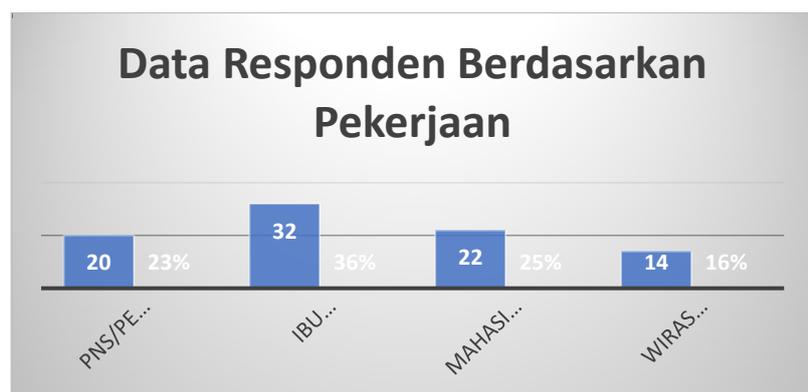


**Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Pada grafik di atas dijelaskan bahwa data responden yang berjenis kelamin perempuan lebih dominan dari pada laki- laki yaitu sebanyak 68 perempuan dan 20 laki-laki.

c) Pekerjaan



**Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan grafik di atas, diketahui 20 (23%) orang responden sebagai PNS/Pegawai, 32(36%) orang responden sebagai Ibu Rumah Tangga, 22(25%) sebagai Mahasiswa/i , 41(16%) orang responden sebagai Wiraswasta.

d) Pendapatan Perbulan



**Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan**

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan grafik di atas data responden mengenai pendapatan ialah 4 orang (5%) yang pendapatannya di bawah 1 juta, 16 orang (18%) yang berpenghasilan 1,5juta -2 juta, 33 orang (37%) yang berpenghasilan 3 juta keatas sebanyak 35 orang (40%).

## B. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Hasil Penelitian

Skala adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial dalam penelitian. Sehingga peneliti pada penelitian ini menggunakan metode skala pada pengakuan jawaban responden. Adapun

dalam penelitian ini pengukuran skala ada 5 opsi jawaban sebagai berikut :

**Tabel 4. 1 Pengukuran Skala**

<b>SS</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>Skor 5</b>
<b>S</b>	<b>Setuju</b>	<b>Skor 4</b>
<b>N</b>	<b>Netral</b>	<b>Skor 3</b>
<b>T</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Skor 2</b>
<b>STS</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>Skor 1</b>

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

## a. Variabel Gaya Hidup (X1)

Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Skor Item Variabel Gaya Hidup (X1)

No	Pernyataan	N	SS		S		N		TS		STS		RATA-RATA
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Temannya saya banyak memberikan referensi tempat-tempat pakaian yang bagus	88	44	50%	40	45%	4	5%	0	0%	0	0%	4,45
2	Temannya saya selalu mengajak saya untuk berbelanja	88	40	45%	45	51%	3	4%	0	0%	0	0%	4,70
3	Saya cenderung memilih barang <i>brandid</i> karena <i>design</i> yang menarik	88	53	60%	30	34%	5	6%	0	0%	0	0%	4,54
4	Kelurga saya selalu mendukung saya terhadap apapun yang saya beli	88	60	68%	25	28%	3	4%	0	0%	0	0%	4,65
Rata-rata												4,58	

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari data di atas yang diolah bahwa 88 responden diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir

pernyataan variabel Gaya Hidup (X1) dengan rata-rata sebesar 4,58. Dan dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap perilaku konsumen.

b. Variabel Lingkungan Sosial (X2)

**Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Skor Item Variabel Lingkungan Sosial (X2)**

No	Pernyataan	N	SS		S		N		TS		STS		RATA-RATA
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Keluarga saya selalu memberikan barang yang saya inginkan	88	33	37%	47	53%	8	10%	0	0%	0	0%	4,5
2	Masyarakat disekitar saya rata-rata banyak yang konsumtif sehingga saya terbiasa	88	18	20%	55	63%	15	17%	0	0%	0	0%	4,03
3	Lingkungan pendidikan saya menjadi boros.	88	46	52%	40	45%	3	3%	0	0%	0	0%	4,5
4	Saya bisa menahan diri untuk tidak berbelanja terlalu boros.	88	16	18%	66	75%	6	7%	0	0%	0	0%	4,12
Rata-rata												4,23	

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari data di atas yang diolah bahwa 88 responden diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir

pernyataan variabel Lingkungan Sosial (X2) dengan rata-rata sebesar 4,23. Dan dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap perilaku konsumen.

c. Variabel Perilaku Konsumen (Y)

**Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Skor Item Variabel Perilaku Konsumen (Y)**

No	Pernyataan	N	SS		S		N		TS		STS		RATA-RATA
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Saya sering membeli barang hanya untuk memuaskan keinginan saya.	88	69	79%	15	17%	4	4%	0	0%	0	0%	4,7
2	Saya membeli barang yang mana saja saya sukai.	88	55	62%	30	34%	3	4%	0	0%	0	0%	4,6
3	Ketika saya membeli barang yang terbaru saya merasa bangga dan senang	88	36	41%	46	52%	6	7%	0	0%	0	0%	4,3
4	Biasanya saya membeli barang yang tidak penting namun saya merasa senang	88	45	51%	40	46%	3	4%	0	0%	0	0%	4,6
5	Saya berlangganan di toko online(shopee)/sosial media yang menawarkan barang-barang baru agar saya tidak ketinggalan <i>trend</i>	88	24	28%	60	68%	4	4%	0	0%	0	0%	4,22
Rata-rata												4,48	

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari data di atas yang diolah bahwa 88 responden diteliti secara garis besar memiliki persepsi yang tinggi untuk butir-butir

pernyataan variabel perilaku konsumen (Y) dengan rata-rata sebesar 4,48. Dan dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai persepsi yang baik terhadap perilaku konsumen.

## 2. Uji Instrumen Penelitian

### a. Hasil Uji Validitas

**Tabel 4. 5 Uji Validitas**

Variabel	Pertanyaan	R-Hitung	R-tabel	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	X1.1	0,562	0,2096	Valid
	X1.2	0,533	0,2096	Valid
	X1.3	0,820	0,2096	Valid
	X1.4	0,710	0,2096	Valid
Lingkungan Sosial (X2)	X2.1	0,451	0,2096	Valid
	X2.2	0,698	0,2096	Valid
	X2.3	0,573	0,2096	Valid
	X2.4	0,626	0,2096	Valid
Perilaku Konsumen (Y)	Y.1	0,800	0,2096	Valid
	Y.2	0,977	0,2096	Valid
	Y.3	0,914	0,2096	Valid
	Y.4	0,977	0,2096	Valid
	Y.5	0,977	0,2096	Valid

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari table di atas bahwa hasil uji validitas instrument dapat dilihat bahwa  $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ , maka dapat disimpulkan bahwa semua semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabelitas

Uji reliabelitas butir-butir adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan reliabel serangkayan butir pernyataan dalam keandalannya mengukur suatu variabel. Uji reliabilitas dalam penelitian in menggunakna teknik Cronbach's Alpha.

Uji reliabelitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan jik alfa  $> 0,60$  maka dinyatakan reliabel.

Berikut ini hasil uji realiabelitas dengan menggunakna SPSS 22 for windows yaitu :

**Tabel 4. 6 Uji Reliabelitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,611	0,60	Reliabel
Lingkungan Sosial (X2)	0,883	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumen	0,962	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabelitas di atas menyatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel lebih dari pada 0,60 maka intrumen penelitian dapat disimpulkan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini untuk mengetahui distribusi data dalam setiap variabel yang akan digunakan dalam penelitiann ini. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Data normal dapatr dilihat dengan menggunakan

uji normal *kolmog-smirnov*. Pengambilan keputusan dalam normalitas adalah nilai sig > 0,05, maka data berdistribusi normal dan jika sig < 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. 0,200<sup>c,d</sup>

**Tabel 4. 7 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		88
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	2.89990645
.b		
Most	Absolute	.122
Extreme	Positive	.084
Differences	Negative	-.122
Test Statistic		.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>cd</sup>

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji kolmogrov-smirnov pada Asymp. Sig diatas adalah 5% (0,05) yaitu sebesar 0,200. Ng dapat disimpulkan berdistribusi normal karena berada diatas 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam regresi dapat dilihat pana nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* diatas 0,10 dan nilai VIF dibawah 10,00 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebas.

**Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas**

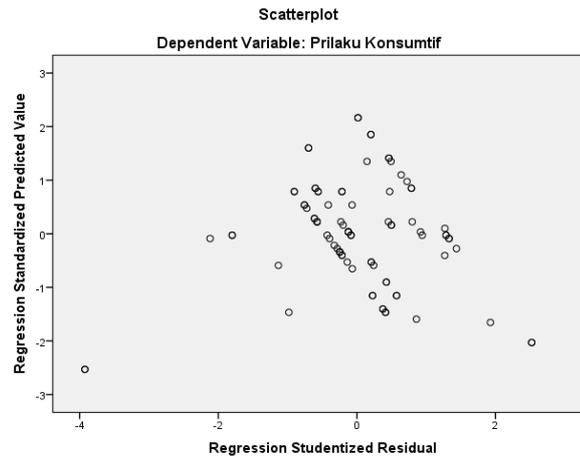
Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Gaya Hidup	,204	4,896
Lingkungan Sosial	,015	6,117

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Hasil pengujian uji Multikolinearitas dalam table.....diatas dilihat dari nilai tolerance variabel gaya hidup dengan nilai 0,204, dan variabel lingkungan sosial dengan nilai 0,015. Dari nilai tolerance diatas lebih besar dari pada 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas dan nilai variance inflastion factor (VIF) pada gaya hidup 4,896, dan lingkungan sosial 6,177 dari nilai (VIF) maka nilai lebih kecil dari 10,00 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini pada umumnya sering terjadi diantara model-model yangt menggunakan cara *cross section* dari pada *time seris*. Namun bukan bearti model-model yang menggunakan cara *time seris* bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari gambar *scatterplot* model tersebut.

**Gambar 4. 5 Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik yang acak pada gambar tersebut tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat dinyatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

#### d. Regresi Linear Berganda

Analisis ini dipakai untuk mengetahui benarnya variabel bebas (independent) : gaya hidup dan lingkungan sosial terhadap variabel terkait (dependen) : perilaku konsumen. Bila dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon_i$$

Dimana  $Y_i$   $\varepsilon_i$  adalah nilai kesalahan yang bersangkutan dan  $\beta_0$  dan  $\beta_1$  koefisien-koefisien model yang harus distimasi.

Berikut ini hasil perhitungan uji regresi linier berganda pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 9 Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>	
		Unstandardized Coefficients	
Model		B	Std. Error
1	(Constant)	6.964	2.785
	Gaya Hidup	.424	.183
	Lingkungan Sosial	.529	.240

a. Dependent Variable: Perilaku konsumen

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Hasil regresi didalam penelitian ini menggunakan *Standardized Coefficients*. Maka persamaan linier dari regresi yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = 6.964 + 0.424X_1 + 0.529X_2$$

- 1) Terdapat bahwa nilai konstanta  $\beta_0$  sebesar 6.964 artinya jika gaya hidup ( $X_1$ ), dan lingkungan sosial ( $X_2$ ) tidak ada maka perilaku konsumen adalah 6.964.
- 2) Terdapat nilai koefisien regresi gaya hidup ( $X_1$ ) sebesar 0.424 artinya dari tanda + tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Maka hal ini bearti setiap kenaikan gaya hidup ( $X_1$ ) satu satuan, maka pelanggan melakukan perilaku Konsumen maka akan naik 0.424 satu satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.
- 3) Terdapat nilai koefisien regresi lingkungan sosial ( $X_2$ ) sebesar 0.529 artinya dari tanda + tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Maka hal ini bearti setiap kenaikan lingkungan sosial ( $X_2$ ) satu satuan, maka pelanggan melakukan perilaku

Konsumen maka akan naik 0.529 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

e. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 <sup>a</sup>	.254	.236	2.934

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Perilaku konsumen

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa koefisien atau hubungan R antara variabel bebas yaitu gaya hidup dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumen 0.504 dan jika dijelaskan melalui besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil perkuadratan R. Berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi R. Berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi R- Square adalah 0.254 yang mengandung makna bahwa variabel bebas yaitu gaya hidup dan lingkungan sosial adalah 25,4% sedangkan sisanya ( 100% - 25,4% = 0,746% ) dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi R-Square sebesar 0,254 (25,4%) mengandung makna tingkat pengaruh dari yaitu gaya hidup dan lingkungan sosial.

f. Uji Signifikan T

Uji parsial atau t digunakan untuk mengetahui adanya atau tidaknya pengaruh secara parsial antara variabel independen, jika

dalam pengujian dalam koefisien regresi atau suatu variabel independen tidak sama dengan 0, maka variabel independen terhadap pengaruh variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan koefisien suatu variabel independent sama dengan nol, maka variabel independent tersebut tidak berpengaruh terhadap dependen. Uji t ini dihasilkan melalui *SPSS 22 for windows* dapat dilihat di tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Signifikan T**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.500	.014
	Gaya Hidup	2.322	.023
	Lingkungan Sosial	2.500	.014

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan (Y)

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dapat dilihat pada tabel diatas hasil menunjukkan uji t yang menguji pengaruh variabel gaya hidup dan lingkungan sosial. Maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98793.

Berdasarkan hasil uji t tersebut maka dapat ditarik kesimpulan :

1) Gaya Hidup

Dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel bebas gaya hidup (X1) seperti yang ada pada tabel diatas diperoleh t sebesar 2.322 dengan probabilitas 0.023 yang nilainya dibawah  $\alpha$  (0,05) dengan demikian H1 diterima, yang

artinya terhadap pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap perilaku Konsumen.

## 2) Lingkungan Sosial

Dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel lingkungan sosial (X2) seperti yang ada pada tabel diatas diperoleh t sebesar 2.500 dengan probabilitas 0.014 yang nilainya dibawah  $\alpha$  (0.05) dengan demikian H2 diterima, yang artinya berpengaruh variabel lingkungan sosial secara parsial terhadap perilaku Konsumen.

## g. Uji Signifikan F

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terkait yang dimasukkan dalam model regresi dalam penelitian ini mempunyai pengaruh signifikan secara simultan atau secara bersama-sama terhadap perilaku konsumen melakukan dengan pengujian uji F.

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Signifikan F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	248.695	2	124.348	14.447	.000 <sup>b</sup>
Residual	731.623	85	8.607		
Total	980.318	87			

Sumber : Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas didapat hasil nilai f sebesar 14.447 dengan probabilitas 0.000 yang artinya dibawah  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (bebas) yaitu gaya hidup dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan secara simultan

terhadap variabel dependen (terkait) yaitu perilaku konsumen.

Dengan demikian H3 diterima.

### C. Analisis Data

Analisis data hasil penelitian di atas ialah sebagai berikut :

1. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X1) terhadap perilaku Konsumen menunjukkan nilai signifikan 0,023. Dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,023 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari pada 0,05 ( $0,023 < 0,05$ ). Nilai t sebesar 2,322 Dan nilai t-tabel sebesar 1,98793. Hal tersebut menunjukkan bahwa t lebih besar dari pada t-tabel ( $2,322 > 1,98793$ ) maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumen berpengaruh.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas dapat mempengaruhi perilaku konsumtifnya dalam hal memilih atau membeli produk pakaian. Gaya hidup masyarakat suka membeli produk pakaian dari merk ternama dan model atau desain terbaru maupun pakaian yang lagi populer. Hal ini sesuai dengan teori dari (Efendi, 2016, hal. 25) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonisme ialah pandangan hidup yang memiliki anggapan bahwa kesenangan dan kenikmatan secara materi adalah tujuan utama dalam hidup. Gaya hidup hedonisme seseorang identik dengan gaya hidup yang mewah, suka berfoya-foya, hidup boros, tidak ingin ketinggalan perkembangan zaman, ingin hidup instan dan lainnya. Gaya hidup hedonisme pada dasarnya menekankan kesenangan dan kepuasan hati

tanpa memperhatikan akibatnya dan selalu ingin tampil sempurna termasuk dalam hal gaya berbusana atau *fashion*. Gaya hidup hidonisme yang sering dijumpai dimasyarakat ialah gaya hidup hedonis dalam hal berpakaian atau berbusana yang dapat menjadi tolak ukur kekayaan hingga status seseorang atau kelompok masyarakat.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas suka membeli produk pakaian yang disarankan atau direkomendasikan oleh teman maupun keluarga agar tidak ketinggalan zaman dan memiliki produk pakaian yang bagus serta model terbaru. Aktivitas pertemanan atau lingkungan sekitar hidup seseorang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif untuk membeli produk pakaian atau *fashion* dengan tujuan memuaskan hati maupun kesenangan diri. Hal ini sesuai dengan teori dari (Mulyadi, 2013, hal. 43) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis merupakan sebuah pola hidup dimana aktivitas atau kegiatannya adalah mencari kesenangan dan kepuasan hati seperti senang membeli barang-barang mahal, membeli produk harus dari merk atau *brand* terkenal, selalu ingin menjadi pusat perhatian, suka berwisata atau liburan, suka jalan-jalan atau keluar rumah, suka bermain atau nongkrong, suka menghabiskan uang untuk hobi dan perilaku konsumen lainnya. Jadi, kehidupan seseorang dengan gaya hidup hedonis biasanya memiliki perilaku konsumtif atau melakukan pembelian hanya kepuasan dan keinginan hati. Salah satu contoh gaya hidup hedonis seorang atau masyarakat adalah gaya berbusana atau pakaian harus selalu *trendy* agar tidak ketinggalan zaman, menggunakan kendaraan yang lagi banyak

diminati orang, menggunakan alat elektronik yang canggih dari merk terkenal dan lainnya.

Gaya hidup hedonis adalah segala kegiatan atau perbuatan manusia untuk kesenangan dan kepuasan hati serta menghindari hal-hal yang menyakitkan. Gaya hidup hedonis yang dimiliki oleh seseorang bisa disadari dan bisa tidak disadari. Hal ini dikarenakan gaya hidup hedonis bisa muncul atau terbentuk dari dalam diri sendiri, lingkungan sekitar, lingkungan pertemanan dan hal lainnya yang berhubungan dengan diri seseorang. (Utami, 2012, hal. 48) Firman Allah SWT mengenai gaya hidup manusia yang hedonis terdapat dalam QS. al-Lail/92:8-9 sebagai berikut.

﴿٩﴾ وَكَذَّبَ بِالْحُسْنَىٰ ﴿٨﴾ وَأَمَّا مَنْ نَحِلَّ وَأَسْتَغْنَىٰ

Artinya: “*dan Adapun orang-orang yang bakhil dan merasa dirinya cukup, serta mendustakan pahala terbaik.*” (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 898)

Ayat di atas menjelaskan bahwa orang-orang yang bakhil ialah orang yang kikir, tidak memiliki tenggang rasa dan mementingkan kesenangan diri sendiri. Selain itu, orang-orang bakhil juga merasa dirinya cukup bahkan lebih dari cukup, sehingga orang-orang tersebut merasa tidak membutuhkan lagi pertolongan dari Allah SWT dan tidak bertakwa kepada-Nya. Oleh sebab itu, gaya hidup seseorang harus sederhana yang didasari oleh pemenuhan kebutuhan dan menghindari perilaku yang boros.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas suka membeli produk pakaian karena adanya ajakan dari teman atau lingkungan sekitar untuk membeli

produk pakaian tertentu dan pihak keluarga selalu mendukung untuk membeli produk pakaian demi menyenangkan hati dan ingin selalu terlihat tampil trendi dengan model terbaru. Jadi, ciri-ciri gaya hidup hedonis seseorang ialah membeli produk untuk kesenangan hati dan ingin tampil mempersona dengan model pakaian terbaik maupun pakaian dari merk mahal. Hal ini sesuai dengan teori dari (Febrianti, 2017) menjelaskan bahwa ciri-ciri gaya hidup adalah kebahagiaan diperoleh dengan mencari perasaan menyenangkan dan sebisa mungkin menghindari perasaan yang tidak enak. Adapun ciri-ciri gaya hidup hedonis antara lain, yaitu:

- a. Prinsip dan pandangan hidup yang serba instan, yaitu pola pikir dan hidup hanya melihat hasil akhir bukan sebuah proses atau perjuangan untuk menghasilkan keberhasilan. Hal ini akan menyebabkan seseorang memiliki perilaku konsumtif karena ingin mendapatkan segala sesuatu dengan cepat atau instan. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa masyarakat di Kecamatan Selat memiliki pola pikir instan dalam menentukan pilihan dan mengambil keputusan, sehingga memiliki perilaku konsumtif.
- b. Prinsip dan pandangan hidup yang selalu ingin mengejar modernitas fisik, yaitu pola pikir dan hidupnya akan merasa bangga, senang dan puas ketika memiliki barang-barang yang mewah seperti baju, teknologi, kendaraan dan lainnya. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa masyarakat di Kecamatan Selat memiliki pola pikir harus mengikuti pakaian model terbaru atau tren agar tidak ketinggalan zaman dan bangga memiliki produk dari merk mahal atau

terkenal.

- c. Melakukan pembelian tanpa adanya pertimbangan dan perencanaan yang baik atau matang, sehingga segala keinginannya muncul secara spontan atau tiba-tiba dan harus dipenuhi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa masyarakat di Kecamatan Selat memiliki pola pikir yang kurang cermat dalam mengelola keuangan belanja dan tidak memiliki perencanaan keuangan yang matang, sehingga mudah melakukan pembelian produk atau barang yang tidak terlalu dibutuhkan atau tindakan pembelian yang tiba-tiba.
- d. Tidak ingin hidup susah atau tidak enak, sehingga ketika menghadapi masalah sering melakukan tindakan-tindakan yang tidak wajar atau tidak baik. Oleh sebab itu, kendala atau masalah yang kecil sekalipun akan di anggap berat oleh seseorang yang memiliki gaya hidup mewah atau hedonis.
- e. Sulit mengatur dan mengelola keuangan, sehingga sering melakukan pembelian yang tidak bermanfaat atau sia-sia dan suka membeli produk dengan harga yang mahal. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa masyarakat di Kecamatan Selat memiliki pola pikir harus memiliki dan membeli produk pakaian dengan harga yang mahal atau dari merk terkenal, sehingga keuangan belanja sulit di atur dan menumbuhkan sikap boros atau pembelian yang kurang tepat.

Data hasil penelitian yang telah diolah sebelumnya di atas menjelaskan bahwa variabel X1 (Gaya Hidup Hedonis) berpengaruh terhadap variabel Y (Perilaku konsumen) *fashion* dari masyarakat

Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas. Hal ini dikarenakan perilaku konsumtif terhadap pakaian (*Fashion*) disebabkan oleh rasa ingin menyenangkan atau memuaskan hati dengan memiliki produk pakaian yang mahal, pakaian dari merk terkenal, pakaian yang lagi tren atau populer dan pakaian model terbaru. Selain itu, gaya hidup hedonis masyarakat dibentuk oleh adanya ajakan untuk membeli pakaian dari teman dan lingkungan keluarga untuk memiliki pakaian yang direkomendasikan serta adanya dukungan dari pihak keluarga untuk membeli produk pakaian tertentu. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Priansa, 2017, hal. 192) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis seseorang dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal.

1) Faktor Internal

- a) Sikap, yaitu masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas memiliki sikap yang ingin menyenangkan atau memuaskan hati, ingin mengoleksi pakaian dan membeli pakaian yang mahal atau pakaian merk terkenal. Sikap seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial, keluarga, teman, tradisi, kebudayaan atau kebiasaan dan lainnya yang dapat membentuk gaya hidup seseorang.
- b) Pengalaman dan pengamatan, yaitu pengalaman yang dimiliki oleh masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas terhadap produk pakaian yang mahal dan merk terkenal pasti memiliki kualitas terbaik, sehingga akan membeli produk yang mahal atau

mewah dari merk terkenal dan dapat membentuk gaya hidup hedonis.

- c) Kepribadian, yaitu sifat dan pola pikir masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas ingin menyenangkan dan memuaskan hati dengan membeli hingga mengoleksi pakaian yang mahal atau dari merk terkenal. Hal ini tentu akan membentuk gaya hidup hedonis dan membentuk perilaku konsumtif.
- d) Konsep diri, yaitu segala sesuatu produk yang digunakan atau dipakai maupun yang dikonsumsi harus dari merk atau *brand* terkenal yang dapat menggambarkan konsep seseorang yang menggunakannya. Dalam penelitian ini masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas memiliki pola pikir harus memiliki dan membeli pakaian dari merk terkenal agar mendapatkan kualitas terbaik.
- e) Motif, yaitu perilaku setiap individu yang muncul karena adanya motif kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi. Dalam penelitian ini masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas memiliki produk pakaian dengan model yang lagi populer atau tren maupun pakaian dengan model terbaru. Hal ini akan membentuk pola hidup yang mewah atau hedonis.
- f) Persepsi, yaitu cara seseorang untuk memandang suatu objek yang dapat mempengaruhi keputusan dan perilaku seseorang termasuk dalam memilih pola atau gaya hidup. Persepsi masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas harus

memiliki pakaian yang mahal, pakaian merk terkenal, harus memiliki pakaian yang beragam dan lainnya. Hal ini tentu dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang akan menjadi konsumtif atau tidak.

2) Faktor Eksternal

- a) Kelompok Referensi, yaitu gaya hidup hedonis masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas dipengaruhi oleh ajakan teman untuk membeli atau memiliki pakaian.
- b) Keluarga, yaitu gaya hidup hedonis masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas dipengaruhi oleh lingkungan keluarga yang mendukung untuk memiliki, membeli dan mengoleksi pakaian. Hal ini dapat membentuk karakter dan pola hidup seseorang melalui pola asuh orang tua maupun kebiasaan hidup dari lingkungan keluarga. Jadi, faktor keluarga dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi perkembangan pola pikir hingga gaya hidup seseorang.
- c) Kelas Sosial, yaitu gaya hidup hedonis masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas memiliki bagian atau kelas-kelas yang berbeda untuk menggambarkan strata kehidupan seseorang. Hal ini yang menyebabkan masyarakat ingin membeli dan mengoleksi pakaian yang mahal serta dari merk terkenal, sehingga dapat membentuk gaya hidup hedonis.
- d) Kebudayaan, yaitu perilaku dan sikap seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan, kepercayaan, kesenian budaya, nilai-nilai norma

atau moral, adat istiadat, hukum sosial dan lainnya. Dalam penelitian ini lingkungan sosial masyarakat dapat memberikan dampak dan membentuk pola pikir maupun pola hidup seseorang termasuk dalam memilih dan membeli produk pakaian harus yang mahal dan dari merk terkenal.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diolah, maka variabel X1 (Gaya Hidup Hedonis) berpengaruh terhadap variabel Y (Perilaku Konsumen) *fashion* dari masyarakat Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas. Jadi, gaya hidup hedonis seseorang dapat membentuk perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan teori dari (Sumarwan, 2015, hal. 54) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis seorang biasanya lebih ke arah perilaku konsumtif dalam hal memilih dan membeli produk pakaian atau *fashion*. Dengan adanya gaya hidup hedonis, seorang tentu akan sering melakukan pembelian produk yang disukainya tanpa memperhatikan kebutuhan atau kegunaannya. Hal ini dikarenakan gaya hidup hedonis hanya mementingkan kesenangan dan kepuasan hati semata, sehingga perilaku konsumtif seorang dalam membeli produk pakaian atau *fashion* hanya untuk gaya hidup dan untuk kesenangan hati.

2. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial (X2) terhadap perilaku Konsumen menunjukkan nilai signifikan 0,014. Dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,014 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari pada 0,05 ( $0,014 < 0,05$ ). Nilai t sebesar 2,500. Dan nilai t-tabel sebesar 1,98793. Hal tersebut menunjukkan bahwa t lebih besar dari pada t-tabel ( $2,500 > 1,98793$ ) maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$

diterima. Artinya secara parsial lingkungan sosial terhadap perilaku konsumen berpengaruh.

Lingkungan sosial masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas memiliki perilaku yang konsumtif terhadap produk pakaian, sehingga dapat mempengaruhi seseorang yang tinggal dilingkungan tersebut dan dapat membentuk gaya hidup yang mewah atau hedonis. Interaksi dan komunikasi antar seseorang dilingkungan sosial dalam kehidupan sehari-hari dapat mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup seseorang termasuk dalam hal berbusana atau pakaian. Hal ini sesuai dengan teori dari (Suryani, 2008, hal. 44) menjelaskan bahwa interaksi dan komunikasi sosial antara masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung seperti berdiskusi, rapat, kegiatan sosial masyarakat, perhatian dan peduli dengan tetangga atau teman serta melakukan pengamatan terhadap lingkungan sekitar lainnya. Lingkungan sosial seseorang mencakup lingkungan masyarakat, lingkungan pertemanan, lingkungan sosial pekerjaan dan lingkungan sosial pendidikan.

Lingkungan sosial masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas rata-rata memiliki perilaku yang konsumtif hingga lingkungan pendidikan yang termasuk boros. Adanya interaksi dan komunikasi dari satu orang dengan orang lain yang menyampaikan informasi mengenai sebuah produk pakaian, sehingga muncul ajakan untuk memiliki produk pakaian yang sama hingga memberikan rekomendasi tempat untuk membeli produk pakaian yang mahal atau dari merk terkenal. Hal ini sesuai dengan teori dari menjelaskan bahwa lingkungan sosial merupakan

kehidupan sosial disekeliling atau sekitar kita yang saling berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain baik itu dalam kelompok yang besar maupun kecil. Jadi, adanya lingkungan sosial bagi seorang manusia memiliki manfaat atau fungsi untuk mencari berbagai ilmu pengetahuan, mencari tempat tinggal yang layak, memiliki kehidupan yang rukun dan damai serta memiliki karakter atau sikap yang secara langsung maupun tidak langsung memiliki timbal balik dengan manusia lainnya yang ada dilingkungan sekitarnya. Oleh sebab itu, seorang manusia tidak akan bisa hidup sendiri tanpa adanya bantuan dan perhatian dari orang lain yang ada disekitarnya.

Lingkungan sosial masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas memiliki sifat konsumtif yang diakibatkan oleh kebiasaan lingkungan keluarga dalam memberikan barang atau pakaian yang diinginkan secara langsung. Lingkungan keluarga yang mendukung untuk membeli produk pakaian yang mahal dan dari merk terkenal karena terjamin kualitasnya. Hal ini sejalan dengan teori dari (Peter dan Olson, 2014, hal. 49) menjelaskan bahwa lingkungan sosial terbagi menjadi dua yaitu lingkungan sosial mikro dan makro. Lingkungan sosial mikro adalah lingkungan sosial yang sangat dekat dengan kehidupan seseorang yang dapat mempengaruhi sikap, perilaku dan tindakan seseorang secara langsung. Lingkungan sosial mikro meliputi rumah tangga, keluarga dan kerabat dekat. Sedangkan lingkungan sosial makro adalah lingkungan sosial yang jauh dari kehidupan seseorang dan bersifat umum atau luas seperti budaya, lingkungan pendidikan, kondisi ekonomi dan lainnya. Hal

ini yang menyebabkan lingkungan sosial makro memiliki pengaruh luas bagi kehidupan masyarakat maupun bagi individu. Kekuatan lingkungan sosial makro terdiri dari faktor budaya atau kebiasaan, tingkat sosial masyarakat, kelompok anutan atau acuan dan lingkungan keluarga. Firman Allah SWT tentang kehidupan masyarakat terdapat dalam QS. al-Hujarat 49/10 sebagai berikut.

﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴾

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati.*” (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 754)

Ayat di atas mengajarkan umat manusia sebagai makhluk hidup hendaknya berdamai dan bisa menjaga hubungan baik antar tetangga, teman dekat dan lingkungan sekitar karena seorang mukmin itu adalah bersaudara. Oleh sebab itu, jangan sampai terjadi perselisihan antara makhluk hidup lainnya disekitar kita agar tidak terjadi perpecahan dan hidup yang damai akan mendapatkan rahmat dari Allah SWT. (Suwiknyo, 2013, hal. 82)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah diolah menyatakan bahwa lingkungan sosial masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan lingkungan sekitar atau sosial masyarakat. Hal ini karena adanya interaksi dan komunikasi dengan orang lain, orang baru, teman dan lingkungan kerja dapat mempengaruhi perilaku dan karakter seseorang. Hal ini sejalan

dengan teori tentang indikator-indikator lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang atau gaya hidup seseorang. Adapun indikator-indikator dari lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang antara lain, yaitu:

- a. Lingkungan keluarga, yaitu sebuah keadaan atau kondisi lingkungan yang terdiri dari orang-orang terdekat bagi seseorang yang memiliki ikatan perkawinan antara seorang laki-laki dengan perempuan. Interaksi dan komunikasi seseorang sering dilakukan dalam lingkungan keluarga karena waktu dan kesempatan untuk bertemu lebih banyak. Oleh sebab itu, pola pikir dan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan keluarganya atau kondisi latar belakang keluarganya. Kondisi lingkungan keluarga di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas rata-rata memiliki sifat atau perilaku yang konsumtif terhadap produk pakaian dan pihak keluarga mendukung anaknya atau keluarga lainnya untuk membeli, memiliki dan mengoleksi pakaian yang mahal atau mewah, pakaian merk terkenal dan pakaian yang tren atau model terbas. Hal ini tentu dapat membentuk pola hidup yang hedon atau mewah dan membentuk perilaku konsumtif atau boros. (Setiadi, 2013, hal. 38)
- b. Lingkungan Masyarakat, yaitu sebuah keadaan atau kondisi lingkungan yang terdiri dari sekumpulan manusia atau orang-orang yang memiliki hubungan antara satu dengan lainnya, sehingga setiap individu akan sadar akan keberadaan individu lainnya yang ada disekitar dirinya dan dapat membentuk maupun menciptakan sebuah

tradisi atau budaya.

Lingkungan masyarakat yang dapat mempengaruhi karakter dan perilaku seseorang antara lain, yaitu:

- 1) Pengaruh tetangga, yaitu kondisi atau keadaan tetangga yang dapat mempengaruhi dan memotivasi pada diri seseorang disekitarnya melalui perilaku yang baik, sikap atau etika yang baik dan kebiasaan yang baik. Kehidupan bertetangga masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas saling menjalin komunikasi dan silaturahmi yang baik hingga mengajak untuk membeli pakaian yang telah dibelinya serta suka memberikan rekomendasi atau informasi mengenai pakaian-pakaian yang mewah, model terbaru dan merk terkenal.
- 2) Pengaruh teman bermain, yaitu kondisi atau keadaan lingkungan pertemanan yang dapat mempengaruhi pola pikir dan karakter pada diri seseorang disekitarnya melalui interaksi dan komunikasi yang terjalin dalam kehidupan sehari-hari. Lingkungan pertemanan masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas terjalin dengan baik. Akan tetapi, perilaku konsumtif dari satu teman dapat dapat membentuk perilaku konsumtif kepada teman lainnya dengan cara mengajak untuk membeli pakaian yang sama.
- 3) Pengaruh aktivitas atau kegiatan masyarakat, yaitu kondisi atau kegiatan dilingkungan masyarakat dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi tumbuh kembang maupun pola pikir

seseorang. Lingkungan masyarakat yang berdampak negatif ialah adanya ajakan untuk membeli pakaian yang sama, pakaian yang mahal atau mewah dan memberikan rekomendasi pakaian dari merk terkenal. (Solomon, 2019, hal. 108)

- c. Lingkungan Pendidikan, yaitu kondisi atau keadaan yang dapat memberikan ilmu pengetahuan maupun keterampilan bagi seseorang mulai dari nilai-nilai agama, politik, bisnis hingga dalam berperilaku. Hal ini yang menyebabkan faktor lingkungan pendidikan yang paling dominan dalam membentuk dan mempengaruhi perilaku, sikap, tindakan dan kebiasaan seseorang. Salah satu faktor yang dapat membentuk dan mempengaruhi sikap seseorang dilingkungan pendidikan adalah guru melalui kegiatan belajar mengajar, sikap, perilaku, tindakan dan kebiasaan seorang guru lebih banyak ditiru atau dicontoh oleh muridnya. Selain itu, faktor pertemanan dilingkungan pendidikan juga memberikan dampak bagi sikap maupun perilaku seseorang seperti gaya hidup teman, sikap teman, kebiasaan teman dan lainnya. (Dwiastuti, 2012, hal. 58)

Lingkungan pendidikan formal jelas dapat memberikan ilmu pengetahuan dan pemahaman terhadap seseorang agar mudah dalam menjalani hidupnya termasuk dalam mengelola keuangan maupun mengatur pola hidup. Oleh sebab itu, lingkungan sosial pendidikan juga dapat membentuk perilaku dan sikap seseorang termasuk dapat mempengaruhi perilaku konsumtif atau tidak. Hal ini dikarenakan dilingkungan pendidikan juga memiliki aturan berpakaian yang baik

dan sopan. Lingkungan pendidikan atau pembelajaran yang sering dijumpai dalam lingkungan sosial masyarakat ialah kegiatan kajian-kajian atau majelis ilmu yang dapat memberikan pencerahan dalam hidup hingga mengelola ekonomi agar terhindar dari perilaku pemborosan dan gaya hidup yang berlebih-lebihan. Jadi, kegiatan atau pembelajaran dilingkungan masyarakat secara langsung maupun tidak langsung dapat memberikan dan membentuk perilaku, tindakan dan sikap seseorang. (Rishi, 2015, hal. 76)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah diolah menyatakan bahwa lingkungan sosial masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas rata-rata memiliki perilaku konsumtif terhadap pakaian atau *fashion* karena didukung oleh keluarga untuk memiliki pakaian yang mewah dan dari merk terkenal, sehingga perilaku konsumtif dan boros juga masuk dilingkungan pendidikan. Akan tetapi, masih ada sebagian masyarakat yang bisa menahan diri untuk tidak melakukan pembelian pakaian yang terlalu sering agar terhindar dari pemborosan. Hal ini sejalan dengan teori dari (Subagio, 2019, hal. 265) menjelaskan bahwa lingkungan sosial adalah sebuah lingkungan yang memiliki kaitan atau hubungan dengan diri seseorang yang hidup atau tinggal dilingkungan tersebut baik itu budaya, interaksi, komunikasi, kebiasaan dan kegiatan yang dilakukan. Lingkungan sosial hidup seseorang terdiri dari unsur lingkungan keluarga, lingkungan tetangga, lingkungan teman dan budaya lingkungan sosial. Oleh sebab itu, lingkungan sosial dapat memberikan pengaruh atau dampak bagi perilaku dan tindakan seseorang hingga kebiasaannya

termasuk dalam hal perilaku konsumsi atau pembelian suatu produk barang. Hal ini dikarenakan lingkungan sosial menjadi sarana atau wadah bagi seseorang untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain yang dapat membentuk suatu perilaku atau pribadi seseorang. Lingkungan sosial yang memiliki tingkat ekonomi yang tinggi tentu akan memiliki kebiasaan boros atau gaya hidup yang mewah dan hedonis, sehingga dapat mempengaruhi perilaku orang lain yang tinggal disekitarnya. Sebaliknya, lingkungan sosial yang tingkat ekonomi yang menengah kebawah tentu akan memiliki kebiasaan lebih hemat dan melakukan pembelian sesuai kebutuhan serta memiliki pertimbangan yang matang sebelum mengambil keputusan pembelian.

3. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X1), lingkungan sosial (X2) terhadap perilaku Konsumen menunjukkan nilai signifikan 0,000. Dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,000 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari pada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai f sebesar 14,447 Dan nilai f-tabel sebesar 3,10. Hal tersebut menunjukkan bahwa f lebih besar dari pada f-tabel ( $14,447 > 3,10$ ) maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara simultan variabel gaya hidup dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumen berpengaruh.

Perilaku konsumtif masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas karena hasrat ingin memuaskan dan menyenangkan hati serta membeli pakaian dimana saja asalkan suka dengan model atau motifnya. Hal ini sejalan dengan teori dari (Frank Kardes, 2014) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu sikap, perilaku dan tindakan

seseorang dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk barang yang didasarkan oleh keinginan emosionalnya bukan karena kebutuhannya. Perilaku konsumtif yang dimiliki oleh seseorang dapat dilihat dari tindakan pembelian yang sifatnya berlebih-lebih dan membeli produk barang yang kurang atau tidak berguna serta keputusan pembelian tidak direncanakan maupun tidak ada pertimbangan.

Perilaku konsumtif masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas karena senang membeli pakaian-pakaian terbaru dan bangga ketika memiliki maupun mengoleksinya serta mudah terhasut untuk membeli pakaian melalui media *online*. Hal ini sejalan dengan teori dari (Solomon, 2016, hal. 42) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang akan terus tumbuh dan berkembang dengan pesat karena adanya tingkat ekonomi yang menjadi tolak ukur kehidupan seseorang dan gaya hidup yang semakin tinggi. Hal ini dikarenakan cara dan media untuk melakukan pembelian semakin berkembang serta mudah di akses oleh semua orang mulai dari belanja *online*, masuknya produk luar dengan berbagai macam merk, masuknya pasar modern atau *mall* dan berbagai macam restoran. Selain itu, masuknya gaya hidup budaya barat juga memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk hidup mewah dengan menggunakan pakaian atau alat kebutuhannya harus dari *brand* atau merk terkenal. Salah satu bentuk masuknya budaya barat seperti bersosialisasi atau berkumpul dengan teman di restoran atau *cafe*, berbelanja di *super market* maupun di *mall* dan membeli produk harus dari *brand* atau merk terkenal.

Perilaku konsumtif masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas karena senang membeli pakaian-pakaian terbaru dan bangga ketika memiliki maupun mengoleksinya meskipun termasuk pembelian yang tidak penting atau tidak terlalu dibutuhkan. Perilaku konsumtif sering terjadi pada kelompok usia yang masih dalam tahap menuju dewasa dan mudah dipengaruhi oleh berbagai macam budaya atau kebiasaan termasuk dalam melakukan pembelian. Sikap, perilaku dan tindakan seseorang cenderung sering melakukan pembelian barang karena *brand* atau merek terkenal dan mengkonsumsi atau makan ditempat yang mewah atau bagus serta liburan atau mengunjungi objek wisata agar dapat menggunggah atau *upload* ke akun media sosial pribadinya sebagai bentuk ekspresi dirinya. Lingkungan sosial seorang dalam kehidupan sehari-hari dapat membentuk dan mempengaruhi perilakunya mulai dari lingkungan pertemanan dan gaya hidup dilingkungan sekitar dirinya serta cenderung ingin sama dengan lingkungan sekitarnya hingga sama dengan temannya seperti sama cara menggunakan atau memilih pakaian, kendaraan, ponsel pintar atau *smartphone*, membeli makanan dan lainnya. (Yuniarti, 2015, hal. 33)

Firman Allah SWT tentang perilaku konsumsi terdapat dalam QS. Al-Baqarah/2:168 sebagai berikut.

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkahlangkah setan.

*Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”* (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 34)

Ayat di atas memerintah umat manusia untuk memakan atau menggunakan produk yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti atau meniru perbuatan dari setan yang dilarang oleh Allah SWT. Salah satu perbuatan setan yang sering dilakukan oleh manusia adalah perilaku konsumtif dengan membeli produk barang yang kurang berguna atau tidak bermanfaat karena melakukan pembelian atas dasar kesenangan hati atau secara emosial. Pada dasarnya seseorang akan melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan hidupnya agar terhindar dari gaya hidup yang boros. (Furqon, 2018, hal. 5)

Perilaku konsumtif masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas karena ingin memuaskan atau menyenangkan hati, senang membeli pakaian-pakaian terbaru dan bangga ketika memiliki maupun mengoleksinya serta mudah terhasut untuk membeli pakaian akibat tidak ada rencana yang matang mengenai keuangan belanja. Hal ini sejalan dengan teori dari (James F. Engel, 2012, hal. 19) menjelaskan bahwa indikator atau aspek dari perilaku konsumtif seseorang antara lain, yaitu:

- a. Perilaku pembelian secara impulsif, yaitu perilaku pembelian suatu produk barang yang semata-mata dilakukan oleh seseorang atas dasar memuaskan harsat atau pembelian secara tiba-tiba atau keinginan sesaat saja tanpa adanya pertimbangan maupun perencanaan pembelian sebelumnya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten

Kapuas yang membeli pakaian karena ingin memuaskan dan menyenangkan hati semata meskipun tidak terlalu dibutuhkan.

- b. Perilaku pembelian secara tidak rasional, yaitu perilaku pembelian suatu produk barang yang didasari oleh sifat emosional dari dalam diri karena adanya motivasi atau dorongan untuk mengikuti orang lain atau orang yang disukainya dan ingin berbeda dari orang lain serta memiliki perasaan bangga tersendiri ketika membeli produk tersebut. Perilaku pembelian yang tidak rasional ini biasanya dipengaruhi oleh sesuatu yang disukainya, mengikuti kelompok atau lingkungan pertemanannya, mengikuti orang lain yang disukai dan mengikuti sesuatu yang tren atau populer. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas sering membeli pakaian karena senang dan bangga memiliki pakaian model terbaru tanpa adanya perencanaan atau pertimbangan yang matang.
- c. Perilaku pemborosan (*wasteful buying*), yaitu perilaku pembelian suatu produk barang yang didasari oleh keinginan semata bukan atas dasar kebutuhan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa masyarakat di Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas sering berbelanja pakaian atau boros karena tidak terlalu penting dan hanya ingin memuaskan atau menyenangkan hati semata serta selalu ingin mengikuti tren atau model terbaru.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah diolah menyatakan bahwa perilaku konsumtif masyarakat di Kecamatan Selat

Kabupaten Kapuas adalah sering membeli pakaian karena ingin memuaskan dan menyenangkan hati semata. Masyarakat atau seseorang akan merasa senang dan bangga ketika memiliki atau membeli pakaian terbaru meskipun tidak terlalu penting. Selain itu, masyarakat atau seseorang akan selalu membeli pakaian yang dia suka dan mudah terhasut untuk membeli pakaian terbaru dari media *online* serta tidak ingin ketinggalan tren. Hal ini sejalan dengan teori dari (Regina C. M. Chita, 2015, hal. 298) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ialah sebuah perilaku dan tindakan seseorang dalam membeli suatu barang tanpa adanya unsur perencanaan dan perhitungan yang matang atau baik, sehingga sifat dan sikap pembeliannya menjadi berlebih dan cenderung tidak berguna atau tidak bermanfaat. Oleh sebab itu, perilaku konsumtif yang dimiliki seseorang dapat merugikan dirinya sendiri seperti membentuk gaya hidup boros, membeli produk yang kurang berguna, pengelolaan keuangan yang tidak baik dan pengambilan keputusan pembelian yang tidak tepat. Perilaku konsumtif seseorang yang sering dijumpai dilingkungan masyarakat sekarang ialah gaya yang hidup serba instan dan suka mengikuti tren atau menyukai seorang yang menjadi idolanya serta memiliki sifat tidak ingin ketinggalan zaman. Hal ini tentu akan membentuk sikap dan perilaku suka berbelanja atau *shopaholic* yang akan memberikan kerugian bagi dirinya sendiri pada masa yang akan datang karena tidak bisa mengelola keuangan dengan baik, tidak dapat mengendalikan diri dan tidak dapat merencanakan pembelian yang matang

serta tidak dapat mempertimbangkan pembelian yang tepat sesuai kebutuhan bukan keinginan hati atau hasratnya.

Perilaku konsumtif seseorang ditandai dengan adanya gaya hidup yang mewah atau hedonis, dimana segala produk yang bernilai mahal dan dari merk atau *brand* terkenal dapat memberikan kepuasan tersendiri ketika membeli dan memilikinya karena dapat memenuhi hasratnya atau emosionalnya. Selain itu, faktor lingkungan sosial disekitar tempat seseorang tinggal atau hidup juga memberikan pengaruh pada perilaku yang konsumtif, dimana lingkungan sosial yang tingkat ekonominya tinggi tentu sebagian besar orang didalamnya akan memiliki gaya hidup mewah atau hedonis dan dapat mempengaruhi orang lain disekitarnya untuk mengikuti gaya hidup yang sama. Dengan adanya gaya hidup yang hedonis dan lingkungan sosial yang mendukung untuk hidup mewah, maka perilaku konsumtif seseorang akan mudah terbentuk dan mudah terpengaruh termasuk gaya hidup hedonis dalam berpakaian atau *fashion* yang sering dijumpai dilingkungan sosial masyarakat. (Wayne D. Hoyer, 2017, hal. 25)