

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Meningkatnya pertumbuhan ekonomi secara makro salah satunya ditopang oleh besarnya tingkat konsumsi masyarakat sehingga menimbulkan penambahan dari sisi produksi barang. Selain barang yang diproduksi di dalam negeri, juga barang yang berasal dari luar negeri (impor) yang mengalami peningkatan. Informasi yang diperoleh dari data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa total nilai belanja konsumsi masyarakat Indonesia dari bulan Januari hingga Oktober 2011 telah mencapai Rp.2.150 triliun. Bahkan, dari jumlah tersebut sekitar 4,5% berasal dari belanja barang konsumsi impor. Hal ini menunjukkan tingginya konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat, bahkan untuk berbagai produk yang berasal dari luar negeri sekalipun.

Kepala Badan Pusat Statistik (BPS), Rusman Heriawan mengatakan bahwa :

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan II-2011 mencapai 2,9% dibandingkan triwulan sebelumnya (*quarter to quarter/q-to-q*). Sedangkan dibandingkan triwulan yang sama pada 2010 (*year on year/yoy*) tumbuh 6,5%. Konsumsi rumah tangga memberikan kontribusi paling besar (<http://indonesiacompanynews.wordpress.com>).

Peningkatan konsumsi ini berdampak pada besarnya pencapaian Produk Domestik Bruto (PDB) yang disumbangkan oleh sektor konsumsi masyarakat. Bahkan, jika dibandingkan dengan yang lain kontribusi pengeluaran konsumsi masyarakat ini memiliki porsi yang paling besar. Dengan demikian, maka konsumsi masyarakat mempunyai pengaruh yang besar pula pada stabilitas

perekonomian. Berikut ini adalah data yang menampilkan total pengeluaran konsumsi masyarakat dan kontribusinya terhadap PDB.

Tabel 1. 1
Produk Domestik Bruto Tahun Dasar 2000 dan Kontribusi Pengeluaran
Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia
Tahun 2006-2010

Tahun	PDB (Milyar Rupiah)	Konsumsi Rumah Tangga (Milyar Rupiah)	Kontribusi Konsumsi Rumah Tangga Terhadap PDB (%)
2006	1.749.546,90	1.043.805,10	59,66
2007	1.939.250,00	1.076.928,10	55,53
2008	1.963.092,00	1.191.190,80	60,67
2009	2.082.104,00	1.249.011,20	59,98
2010	2.310.700,00	1.306.800,00	56,70

Sumber : Badan Pusat Statistik

Dari data pada Tabel 1.1 diatas dapat dilihat besarnya kontribusi konsumsi rumah tangga terhadap besarnya PDB. Meskipun mengalami fluktuasi, namun secara umum kontribusi dari konsumsi rumah tangga ini menyumbang rata-rata 58,52% pada 5 tahun terakhir. Semakin kuatnya daya beli masyarakat karena adanya kenaikan pendapatan dan semakin beragamnya pilihan produk barang yang ada di pasaran, baik produk lokal maupun produk asing/ impor adalah dua dari sekian banyak faktor yang mendorong tingginya konsumsi yang dilakukan masyarakat.

Meningkatnya kondisi perekonomian secara makro dan banyaknya pilihan barang-barang, mendorong konsumen untuk lantas meningkatkan konsumsinya.

Bahkan, untuk mereka yang memiliki daya beli terbataspun dapat mensiasatinya dengan melakukan kredit, baik dengan menggunakan kartu kredit setiap kali melakukan transaksi pembelian, maupun mengajukan pembelian barang secara kredit kepada pihak produsen.

Dilihat dari sisi makro, meningkatnya konsumsi masyarakat merupakan hal yang positif karena dapat menopang pertumbuhan ekonomi, namun dilihat dari sisi mikro (perseorangan), konsumsi yang tinggi ini merupakan suatu permasalahan karena mengindikasikan bahwa kecenderungan mengkonsumsi marginal (*Marginal Propensity to Consume*) masyarakat Indonesia pun tinggi, dan hal ini dapat menimbulkan sifat konsumtif dan boros. Selain itu, jika dilihat dari sisi makropun tingginya konsumsi masyarakat yang tinggi ini akan menjadi *boomerang* bagi perekonomian negara yang bersangkutan pada jangka panjang. Amerika Serikat dengan krisis *subprime mortgage* nya merupakan salah satu contoh negara besar yang bobrok perekonomiannya karena terlalu menjunjung konsumtifisme yang tidak disertai dengan kekuatan tabungan masyarakat.

Melihat kondisi sekarang, dengan adanya perkembangan zaman dan era globalisasi telah mendorong terjadinya perubahan pada pola-pola kehidupan manusia sesuai dengan tingkat perekonomian dan perkembangan wawasan dalam pola pikir kehidupannya sehari-hari. Sejalan dengan perkembangan zaman dan rotasi kehidupan tersebut, turut mengiringi pula masuknya budaya-budaya asing ke Indonesia yang sedikit banyak merubah pola dan perilaku konsumsi yang terjadi pada masyarakat. Masyarakat cenderung lebih konsumtif tanpa memperhatikan kemampuan daya beli yang dimilikinya. Tingginya tingkat

konsumsi masyarakat ini bahkan telah merubah perilaku mereka dalam membeli suatu barang atau jasa.

Sebagian masyarakat membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan yang sebenarnya, namun dilakukan semata-mata demi kesenangan dan menaikkan gengsi. Sehingga menyebabkan seseorang menjadi konsumtif, boros, bahkan menjadi tidak rasional. Penyimpangan perilaku ini bahkan terjadi pula pada kalangan remaja yang *notabene* nya belum memiliki penghasilan sendiri.

Menurut Lubis (Sumartono, 2002 : 117) Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sumartono (2002 : 117) mengemukakan bahwa :

Secara pragmatis perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya, atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan/ membeli suatu produk karena banyak orang yang memakainya.

Konsumen lebih memperhatikan penggunaan produk-produk dari merek-merek tertentu untuk mendapatkan penghargaan, pujian, untuk menambah kepercayaan diri, menjaga gengsi, menampilkan kehidupan mewah, karena iming-iming hadiah, karena konform dengan artis atau *public figure* atau sekedar untuk menjaga simbol status tertentu dan cenderung mengabaikan manfaat serta kegunaan barang-barang yang dibeli tersebut.

Penyimpangan inilah yang kemudian “merasuki” perilaku konsumsi pada sebagian besar masyarakat Indonesia, demikian juga yang terjadi pada sejumlah mahasiswa selaku komponen masyarakat.

Menurut Retno Widiatuti (Endah Jubaedah, 2004 : 11) :

Perilaku konsumtif sebagai sebuah perilaku yang boros yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Secara lebih luas konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi yang boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas, juga dapat diartikan sebagai gaya hidup bermewah-mewahan.

Perilaku mahasiswa yang semakin konsumtif dan kurang memperhatikan skala prioritas, selain karena pengaruh perkembangan zaman, juga karena kondisi psikologis mahasiswa yang masih dalam pencarian identitas diri. Mahasiswa ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Bagi mereka membeli tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti mengikuti *trend*, ingin mencoba produk baru, dan ingin memperoleh pengakuan sosial. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya menyebabkan mahasiswa berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *ngetrend*. Sekalipun atribut-atribut tersebut tidak mendukung eksistensinya sebagai mahasiswa.

Dilihat dari segi usia, mahasiswa masih tergolong pada kelompok usia remaja akhir, yakni antara 18-22 tahun. Sebagaimana dikemukakan oleh Jatman (Sumartono, 2002 : 120), remaja merupakan kelompok sasaran yang potensial untuk memasarkan produk-produk industri, sebab remaja memiliki pola yang konsumtif dalam berpakaian, berdandan dan gaya potong rambut.

Raymond Tambunan (2001) mengatakan bahwa :

Kelompok usia remaja merupakan salah satu pasar potensial bagi banyak produsen, karena kecenderungan remaja biasanya mudah terbujuk iklan, suka ikut-ikutan, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan

uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja.
(http://www.e-psikologi.com/epsi/artikel_detail.asp?id=375).

Potensi mahasiswa dalam kaitannya sebagai konsumen sangatlah besar, walaupun sebagian besar dari mereka tidak memiliki penghasilan sendiri, tetapi mereka memiliki alokasi pengeluaran yang cukup besar. Berdasarkan hasil penyebaran angket pada 22 orang mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) yang menjadi sampel dalam pra penelitian, diketahui bahwa pengeluaran mereka setiap bulannya bisa mencapai lebih dari Rp.1.000.000,00.

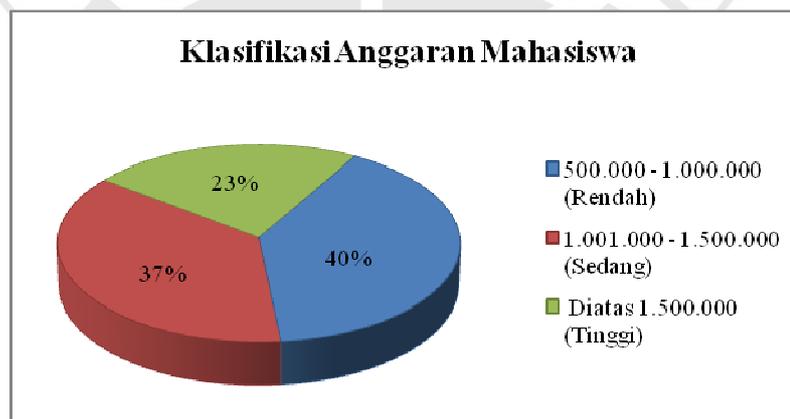
Seorang mahasiswa yang terbiasa hidup konsumtif menunjukkan bahwa dirinya belum memiliki kesadaran akan pentingnya skala prioritas. Mahasiswa dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang bahwa atribut yang bersifat tersier itu sama penting (bahkan lebih penting) dari kebutuhan utamanya sebagai seorang mahasiswa, seperti membeli buku, komputer, atau mengikuti les. Kondisi ini terutama terjadi pada mereka yang memperoleh anggaran yang cukup besar dari orangtuanya, karena besar kecilnya anggaran akan mempengaruhi perilaku konsumsi yang pastinya satu sama lain akan berbeda. Berikut data mengenai anggaran yang diperoleh mahasiswa UPI :

Tabel 1. 2
Rata-rata Anggaran Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia

Anggaran (rupiah/bulan)	% Mahasiswa
Kurang dari Rp.750.000,00	14
Rp.750.000,00 – Rp.1.000.000,00	27
Rp.1.001.000,00 – Rp.1.250.000,00	14
Rp.1.251.000,00 – Rp.1.500.000,00	23
Diatas Rp.1.500.000,00	23

Sumber : angket pra penelitian (data diolah)

Dari 22 responden yang diteliti, diketahui bahwa anggaran yang mereka peroleh dari orangtua satu sama lainnya berbeda, berkisar antara Rp.500.000,-/bulan, hingga diatas Rp.1.500.000,-/bulan. Berdasarkan hal tersebut, maka besar kecilnya anggaran yang diterima diklasifikasikan kedalam kategori anggaran rendah, sedang, dan tinggi. Berikut ini disajikan persentasenya.



Gambar 1. 1
Persentase Anggaran Mahasiswa UPI

Untuk *se-level* mahasiswa, anggaran per bulan yang mereka peroleh tidaklah kecil. Rata-rata dari mereka memperoleh uang saku Rp.1.286.400/bulan. Nominal cukup yang besar bagi mereka yang belum mampu menghasilkan uang sendiri. Namun, berdasarkan hasil wawancara langsung dengan sebagian responden, mereka mengatakan bahwa anggaran yang mereka peroleh dari orangtua itu belum mampu memenuhi semua kebutuhan mereka sebagai mahasiswa, terutama bagi mereka yang tinggal *indekost*. Adapun persentase untuk alokasi jenis-jenis pengeluaran pada 22 mahasiswa di UPI Bandung (berdasarkan tinggi rendahnya anggaran yang diperoleh) dari berbagai program studi adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
Persentase Alokasi Pengeluaran Mahasiswa

Jenis Pengeluaran	Anggaran		
	Tinggi (%)	Sedang (%)	Rendah (%)
Makan/ Jajan	43,17	49,57	54,49
Pulsa	7,81	9,23	10,03
Kuliah	10,27	12,13	13,05
<i>Shopping</i>	10,29	11,48	10,66
Perawatan	4,31	3,96	2,61
Lainnya	24,14	13,64	9,16
Total	100,00	100,00	100,00

Sumber : angket pra penelitian (data diolah)

Dari data pada Tabel 1.3 diatas, dapat disimpulkan bahwa alokasi pengeluaran untuk kebutuhan makan/ jajan yang berkaitan dengan kebutuhan utama, memperoleh persentase paling tinggi, hal ini wajar terjadi karena hampir semua mahasiswa yang diteliti merupakan anak kost yang kebutuhan makan minumannya ditanggung sendiri. Namun, untuk kebutuhan kuliah seperti membeli

buku, mengikuti seminar, biaya mengerjakan tugas seperti *foto copy* dan *print*, justru mahasiswa dengan kategori anggaran yang rendahlah yang memiliki persentase paling tinggi, sedangkan untuk mahasiswa dengan kategori anggaran tinggi, alokasi untuk kebutuhan kuliahnya justru yang paling sedikit.

Dari data tersebut juga terlihat bahwa mahasiswa dengan anggaran yang tinggi justru mengalokasikan lebih banyak dana untuk kebutuhan pengeluaran lainnya, yang lebih bersifat tersier dan kesenangan semata, seperti menonton di bioskop, menonton konser, karaoke-an, *clubbing*, bertamasya dan lain sebagainya. Bahkan, untuk saat ini fenomena yang terjadi pada sebagian mahasiswa adalah adanya pengeluaran untuk perawatan tubuh, terutama untuk wajah. Semua lapisan mahasiswa, baik mereka dengan kategori anggaran rendah, sedang, terutama yang tinggi memiliki alokasi khusus untuk perawatan. Sebagian dari mereka tertarik untuk melakukan perawatan karena mutlak kebutuhan, ajakan teman, dan tergiur oleh promosi atau iklan. Perawatan yang dimaksud disini adalah perawatan tubuh, wajah dan rambut, seperti *facial*, *spa*, luluran, *creambath*, pembelian produk-produk kecantikan, seperti krim pelembab dan lain sebagainya.

Perilaku konsumsi yang cenderung konsumtif ini, seperti terlihat pada tabel 1.4 terjadi pada hampir semua lapisan (*strata*). Alokasi yang diperuntukkan bagi tujuan kesenangan sangatlah tinggi. Seperti yang sebelumnya disampaikan oleh Retno Widiatuti, bahwa konsumtif adalah perilaku yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Dalam alokasi pulsa contohnya, untuk saat ini mahasiswa tidak hanya membeli pulsa *regular* (yang biasa digunakan untuk menelpon dan mengirim pesan singkat), tapi ada juga pembelian pulsa untuk

paket internet dan paket *Blackberry* (bagi mereka yang menggunakan BB). Meskipun keberadaan internet sangat penting sebagai penunjang sumber referensi mahasiswa, membuka cakrawala dunia serta menambah wawasan, namun amat disayangkan karena paket internet tersebut lebih sering digunakan untuk “berselancar” di dunia maya dalam jejaring sosial.

Pada akhirnya, perilaku konsumsi pada mahasiswa yang kurang memperhatikan skala prioritas dan cenderung tidak rasional ini akan menimbulkan permasalahan, apalagi jika perilaku tersebut dilakukan secara berlebihan dengan tidak dibarengi kondisi finansial yang memadai. Akan terbentuk mahasiswa yang konsumtif, gila belanja, dan mengesampingkan unsur manfaat dari barang/ jasa yang mereka konsumsi. Lebih parah lagi ketika para mahasiswa merelakan dirinya menjadi pelaku asusila untuk sekedar memenuhi hasrat belanjanya.

Sebagaimana yang pernah ditayangkan dalam sebuah acara investigasi Metro Tv pada 11 Juni 2011 yang mengungkapkan bahwa banyak mahasiswi di kota Bandung yang menjalankan profesi sebagai “mahasiswa plus-plus” untuk mengatasi masalah perekonomian serta adanya pola konsumerisme dan hedonisme yang tidak kepalang tanggung (Abanggeutanyo, 2011).

Besar kecilnya anggaran yang diperoleh mahasiswa sangat terkait dengan kondisi mereka yang tinggal berjauhan dengan orangtua (kost), sehingga mereka memperoleh anggaran yang memang sudah di “jatah” per bulannya. Namun, hal ini seringkali membuat mereka “kaya mendadak” di awal bulan, merasa punya uang banyak, dan akhirnya menggunakan sebagian besar anggaran satu bulan

tersebut untuk keperluan yang tidak terlalu mendesak. Berdasarkan pengolahan data dari angket pra penelitian, disajikan persentase sebagai berikut :

Tabel 1. 4
Alokasi Rata-rata Pengeluaran Mahasiswa Berdasarkan Tempat Tinggal

Jenis Kebutuhan	Kost (%)	Tidak Kost (%)
Makan/ Jajan	50,46	48,03
Pulsa	8,54	13,64
Kuliah	11,49	15,83
<i>Shopping</i>	10,53	13,05
Perawatan	4,04	0,00
Lainnya	14,94	9,44
Total	100	100

Sumber: Angket pra penelitian (data diolah)

Dari data pada Tabel 1.4 diatas, dapat diketahui bahwa mahasiswa yang *nge-kost* memiliki persentase untuk kebutuhan kesenangan yang lebih tinggi daripada mereka yang tinggal di rumah sendiri. Hal ini bisa terjadi karena mereka yang *nge-kost* mungkin pada awalnya merasa kesulitan untuk mengatur uang sendiri. Selain itu mereka yang *nge-kost* sebagian besar berasal dari daerah yang kondisi lingkungannya tidak semodern Bandung, sehingga mereka senang untuk menghabiskan waktu berlama-lama di *mall*, menghabiskan uang untuk berbelanja di *factory outlet*, berwisata kuliner, jalan-jalan dan lain sebagainya. Meskipun khusus untuk alokasi belanja, mereka yang tinggal dengan orangtua (tidak *kost*) ternyata persentasenya lebih tinggi dari mereka yang *kost*.

Dengan demikian, lingkungan tempat dimana seseorang berinteraksipun turut serta mempengaruhi perilaku konsumsi yang terjadi pada kalangan mahasiswa. Baik lingkungan tempat tinggal, seperti lingkungan kota Bandung

yang begitu modern dan dikenal sebagai *Paris Van Java* simbol kota *fashionable* dan simbol pergaulan remaja, maupun lingkungan *kost-kost* an, juga pengaruh dari lingkungan keluarga dan teman sepermainan. Ketika seorang mahasiswa *nge-kost* di tempat yang cukup *elite* dengan penghuni *kost*-an yang sebagian besar berasal dari kalangan borjuis, maka mahasiswa tersebut akan mengalokasikan dana yang lebih besar untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan *kost-kost* anya tersebut, terutama dari segi gaya hidup.

Perilaku konsumtif dapat terus mengakar dalam gaya hidup sekelompok mahasiswa, sehingga perlu adanya antisipasi untuk menghindari terciptanya mahasiswa yang berperilaku seperti kalangan sosialita yang royal dan senang berfoya-foya, serta lebih mengutamakan untuk mengkonsumsi barang-barang yang mereka inginkan daripada yang mereka butuhkan, dan mementingkan kegiatan-kegiatan yang hanya bersifat kesenangan.

Bagi seorang mahasiswa, penting bagi mereka untuk memiliki banyak buku referensi sebagai sumber bacaan, mengikuti seminar atau pelatihan yang berkaitan dengan perencanaan masa depan, seperti seminar kewirausahaan atau berbagai pelatihan keterampilan guna menambah wawasan dan meningkatkan intelektualitas mereka sebagai mahasiswa, sehingga hal itu menjadi kebutuhan bagi mahasiswa yang tujuannya untuk menambah ilmu dan meningkatkan *life skill*. Namun, karena perilaku konsumsi mahasiswa telah berubah berdasarkan apa yang mereka inginkan bukan apa yang mereka butuhkan, maka sebagian besar dari mahasiswa mungkin akan lebih tertarik menggunakan uang mereka untuk

menonton konser, setiap minggu nonton film baru di bioskop, bahkan pergi ke *club* malam, dan lain sebagainya.

Meskipun penting untuk menghilangkan kebosanan, rasa penat, dan sebagai ajang *refreshing*, namun segala bentuk kebutuhan kesenangan tersebut tidak seharusnya menjadi kewajiban yang harus selalu dipenuhi. Akan tetapi, data yang diperoleh menunjukkan kondisi sebagai berikut :

Tabel 1.5
Perilaku Konsumsi Mahasiswa Berdasarkan Gaya Hidup

Gaya Hidup Mahasiswa	Frekuensi (per bulan)			Jumlah (%)
	1-2 Kali (%)	≥ 3 Kali (%)	Tidak Pernah (%)	
Nonton	45,45	45,45	9,10	100
Karaoke-an	40,90	18,20	40,90	100
Makan di Restoran/ <i>Fast Food</i>	45,45	45,45	9,10	100
<i>Shooping</i> di Mall/ Nongkrong di Café	45,45	40,90	13,65	100
Menabung	55	9,10	36,37	100

Sumber: Angket pra penelitian (data diolah)

Dari pengolahan data yang diperoleh, terlihat bahwa beberapa aktifitas mahasiswa yang didorong oleh gaya hidup tersebut memiliki persentase frekuensi yang cukup tinggi. Namun, yang juga perlu diperhatikan adalah masih tingginya persentase mahasiswa yang mengalokasikan anggarannya untuk menabung minimal 1 bulan sekali, yakni mencapai 55%. Namun, mereka yang sama sekali tidak pernah menabung pun masih cukup tinggi, mencapai 36,37%. Hal ini mengindikasikan tingginya kecenderungan mengkonsumsi yang mereka lakukan sehingga tidak ada anggaran yang dialokasikan untuk menabung.

Persentase mahasiswa untuk makan di restoran/ *fast food* pun sangat tinggi, 45,45% mahasiswa bahkan melakukannya lebih dari 3 kali pada setiap bulannya. Kondisi-kondisi tersebut terjadi karena pengaruh gaya hidup modern yang dicontohkan oleh negara-negara maju. Pemilihan konsumsi yang dijalankan tidak lagi menunjukkan kemampuan seseorang untuk membedakan mana kebutuhan pokok dan mendesak, dan mana kebutuhan tidak pokok.

Berdasarkan fenomena, fakta, dan argumen di atas, penulis tertarik untuk meneliti masalah yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi pada kalangan mahasiswa. Adapun judul penelitian yang akan penulis angkat adalah : **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia”**.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang masalah, terlihat bahwa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi pada kalangan mahasiswa. Perilaku konsumsi ini adalah suatu sikap atau perilaku yang diperlihatkan dalam mencari, membeli, menggunakan, menghabiskan, mengevaluasi, dan menentukan atau memilih produk, jasa dan ide-ide yang mereka harapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan teori yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa, dapat dikelompokkan dalam 2 kelompok, yaitu : pertimbangan ekonomi dan pertimbangan non ekonomi. Pertimbangan ekonomi antara lain : pendapatan, harga, kualitas, kuantitas, dan lain-lain. Sedangkan pertimbangan non ekonomi antara lain : kepuasan, selera, gaya hidup, lingkungan sosial dan gengsi.

Dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan hanya pada faktor-faktor non ekonomi, yaitu gaya hidup dan lingkungan sosial. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana gambaran umum gaya hidup mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia ?
- 2) Bagaimana gambaran umum lingkungan sosial mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia ?
- 3) Bagaimana gambaran umum perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia ?
- 4) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia ?
- 5) Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia ?

1.3. Tujuan dan Manfaat penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

- 1) Untuk mengetahui gambaran umum gaya hidup mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia
- 2) Untuk mengetahui gambaran umum lingkungan sosial mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia
- 3) Untuk mengetahui gambaran umum perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia

- 4) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia
- 5) Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi mikro, khususnya terkait dengan perilaku konsumsi.
- 2) Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi pada kalangan mahasiswa, terutama pada faktor-faktor non ekonomi. Selain itu, juga dapat memberikan masukan bagaimana seharusnya mahasiswa mengalokasikan anggarannya dengan lebih bijak dalam menghadapi perubahan zaman, *mode* dan pergaulan, sehingga perilaku konsumsinya pun tetap proporsional, rasional dan tidak menyimpang.