

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF
PADA MAHASISWA
JURUSAN PPB 2013 FIP UNY**

ARTIKEL E-JOURNAL

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



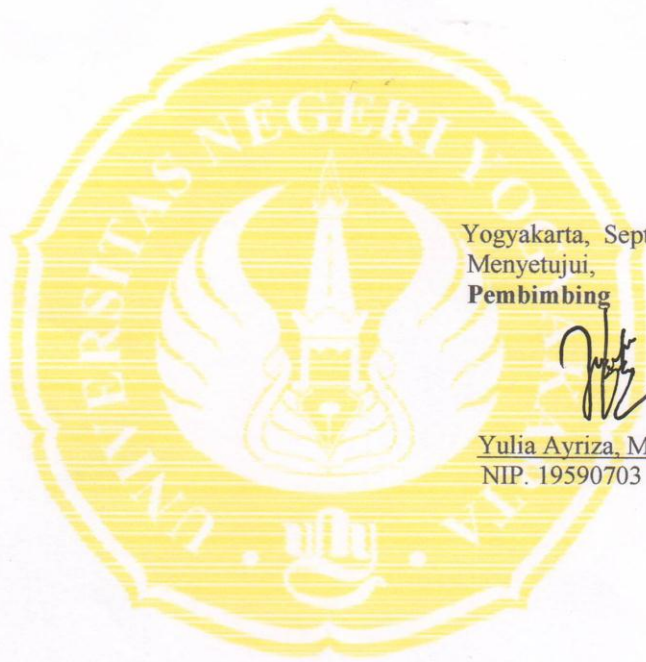
Oleh
Agnes Lestari Nurvitria
NIM 11104241004

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING
JURUSAN PSIKOLOGI PENDIDIKAN DAN BIMBINGAN
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
SEPTEMBER 2015**

PERSETUJUAN

Artikel *e-journal* yang berjudul “PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA JURUSAN PPB 2013 FIP UNY” yang disusun Agnes Lestari Nurvitria
NIM 11104241004

ini disetujui pembimbing untuk dipublikasikan.



Yogyakarta, September 2015
Menyetujui,
Pembimbing

Yulia Ayriza, M.Si. Ph. D
NIP. 19590703 198702 2 003

PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA JURUSAN PSIKOLOGI PENDIDIKAN DAN BIMBINGAN 2013 FIP UNY

THE INFLUENCE OF HEDONIC LIFESTYLE TO THE BEHAVIOR OF IMPULSIVE PURCHASE TO THE STUDENTS OF EDUCATIONAL PSYCHOLOGY AND GUIDANCE 2013 FIP-UNY

Oleh : Agnes Lestari Nurvitria, Universitas Negeri Yogyakarta
Agnes_lestari@rocketmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) tingkat gaya hidup hedonis yang terjadi; 2) tingkat perilaku pembelian impulsif yang terjadi; 3) pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah 80 mahasiswa Psikologi Pendidikan dan Bimbingan 2013 FIP UNY. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan Skala Gaya Hidup Hedonis dan Skala Pembelian Impulsif. Uji validitas instrumen menggunakan validitas isi dengan *expert judgement*, sedangkan uji skala reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dan diperoleh koefisien reliabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis sebesar 0,920 dan koefisien reliabilitas Skala Pembelian Impulsif sebesar 0,896. Untuk mengetahui adanya pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif digunakan teknik analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup hedonis dan pembelian impulsif berada pada kategori sedang, kemudian adanya pengaruh positif gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa PPB 2013 UNY, yang ditunjukkan dengan nilai konstanta sebesar 39,176 dan nilai koefisien regresi perdiktor sebesar 0,596. Hasil nilai signifikansinya adalah 0,000 berarti $p < 0,05$ dengan persamaan regresi linearnya yaitu $\hat{Y} = 39.176 + 0,596X$. Model regresi ini memiliki arti bahwa diperkirakan setiap peningkatan satu poin skor pada X atau gaya hidup hedonis memprediksikan peningkatan 0,596 pada variabel perilaku pembelian impulsif.

Kata kunci: *gaya hidup hedonis, pembelian impulsif, mahasiswa*

ABSTRACT

The objectives of this research were to identify: 1) the level of hedonic life style; 2) the level of the behaviour of impulsive purchase; 3) the influence of hedonic life style on the behavior of impulsive purchase of the students of Educational Psychology and Guidance 2013, Faculty of Education State University of Yogyakarta.

Quantitative approach is used to analyze the data. The subjects of this research were 80 students of Educational Psychology and Guidance 2013. The data were obtained by using Scale of Hedonic Life Style and Scale of Impulsive Purchase. Behavior the validity of the scales were content validity tested through expert judgment, whereas the the instrument reliability test used was formula Alpha Cronbach. The reliability coefficient of Hedonic Life Style scale was 0,920 and Impulsive Purchase behavior was Scale 0,896. In order to know the influence of hedonic life style on the behavior of impulsive purchase behavior, simple regression technique was used.

The finding of this research showed that the level of hedonic life syle and impulsive purchase is in the level of medium, then there was a positive significant influence of hedonic life style on the behavior of impulsive purchase behavior of the students of Educational Psychology and Guidance 2013 Faculty of Education State University of Yogyakarta, which is shown by the constanta value 39,176 and the predictor of regresion coofisient was 0,596. $p < 0,05$ and the equation of linear regression was $\hat{Y} = 39.176 + 0,596X$. The regression model has a meaning that it is predicted in every raising of one point score in X or hedonic life style predicted the raising of 0,596 of impulsive purchase behavior.

Keywords: *hedonic life style, impulsive purchase, students.*

PENDAHULUAN

Hampir setiap orang pasti pernah berpergian ke tempat hiburan atau pusat perbelanjaan, banyak sekali orang yang awalnya hanya sekedar jalan-jalan dan bersenang-senang, kemudian terpengaruh untuk membeli suatu barang atau produk yang dilihatnya secara tiba-tiba. Apabila perilaku tersebut menjadi suatu kebiasaan dan dibiarkan begitu saja tentunya akan berdampak negatif bagi diri seseorang, hal tersebutlah yang diartikan sebagai perilaku pembelian impulsif.

Impulsive buying adalah perilaku yang dilakukan secara tidak sengaja dan kemungkinan besar melibatkan berbagai macam motif yang tidak disadari, serta dibarengi oleh respon emosional yang kuat (Astrid Gisela Herabadi, 2003: 59). Perilaku pembelian secara impulsif memiliki tingkatan yang berbeda pada setiap orang. Akan tetapi semua tergantung dari individu tersebut, apakah dia dapat mengontrol diri dalam pembelian impulsif atau tidak.

Pembelian secara impulsif apabila dilakukan secara berlebihan akan menjadi suatu kebiasaan dan berdampak negatif bagi setiap individu. Orang yang memiliki kebiasaan tersebut akan menjadi lebih boros dalam hal keuangan, karena tidak dapat membedakan antara kebutuhan dengan keinginan. Sikap spontan dalam membeli sesuatu dan tidak berpikir panjang dalam bertindak menjadi faktor utama seseorang dalam melakukan pembelian secara impulsif.

Engel dan Blackwell (dalam Artledia Sihotang, 2009: 8) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* terbagi menjadi dua yaitu faktor lingkungan terdiri dari situasi, kelompok, dan budaya, serta faktor personal yang terdiri dari perilaku pembelajaran, motivasi, kepribadian, usia, sumber daya konsumen, dan gaya hidup.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi awal pada tanggal 28 Februari 2015 mengenai perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY, belum terlihat gambaran yang cukup jelas mengenai perilaku pembelian impulsif. Setelah dilakukan wawancara pada sepuluh mahasiswa, empat dari mereka menyatakan bahwa lebih mudah tergiur untuk membeli suatu produk setelah melihat orang lain membelinya ditambah mereka sangat senang membeli produk yang sedang diskon meskipun awalnya tidak tertarik, akhirnya mereka membeli suatu produk sebelum mengenali kualitasnya, sedangkan enam dari mereka mengatakan hanya mengalami sebagian dari hal-hal tersebut, terlebih mahasiswa sudah diberi kepercayaan dalam mengelola keuangannya sendiri.

Dari hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa adanya gejala perilaku pembelian impulsif pada responden, salah satu faktor pembelian impulsif yang dikemukakan oleh Engel dan Blackwell (dalam Artledia Sihotang, 2009: 8) adalah gaya hidup. Hal tersebut tidak lepas dari pengaruh lingkungan, terutama lingkungan tempat tinggal kenalan

karena lingkungan ini memiliki interaksi sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang lain, misalnya seperti tetangga dekat atau orang yang tinggal pada jalan yang sama yang dapat mempengaruhi perilaku tersebut. Apabila lingkungan mereka memiliki gaya hidup yang negatif bukan tidak mungkin responden dapat terpengaruh oleh perilaku tersebut mengingat kondisi responden selaku mahasiswa rantauan.

Minat sosial yang dimiliki seseorang ada yang negatif dan juga positif, semua kembali lagi pada lingkungan dan diri individu tersebut, Lingkungan sosial seringkali mempengaruhi individu dalam bersikap, karena kebanyakan orang memandang apabila tidak mengikuti perkembangan yang ada menjadi ketakutan bagi seseorang akan dicap ketinggalan jaman. Mahasiswa memiliki lingkungan yang mengarah pada gaya hidup hedonis, sehingga menuntut seseorang untuk berperilaku sesuai dengan apa yang dilakukan oleh lingkungannya. Hal ini juga serupa dengan yang dikemukakan oleh Adler (dalam Feist & Gregory 2008: 81). yang percaya bahwa manusia menciptakan pola perilaku untuk melindungi perasaan yang berlebihan akan harga diri mereka dari rasa malu dimuka umum. Menurut Levant & Linda (2003: 21) gaya hidup hedonis diartikan sebagai pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat, maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan serta telah dilakukannya wawancara

mengenai gaya hidup hedonis pada tanggal 28 februari 2015, beberapa mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 menyatakan bahwa lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah untuk bersenang-senang, mengunjungi kafe-kafe menghabiskan waktu untuk berkumpul bersama teman-temannya. Apabila ditinjau dari hal tersebut ada kemungkinan bagi mahasiswa memiliki lingkungan yang mengarah pada gaya hidup hedonis terlebih ketika sedang bersama teman-teman, mereka terpaksa untuk membeli minuman atau makanan di restoran yang harganya lebih mahal karena merasa malu apabila tidak membelinya.

Jika dilihat dari uraian di atas terlihat bahwa pembelian impulsif dapat disebabkan oleh gaya hidup hedonis. Melihat fenomena yang sedemikian rupa, peneliti merasa perlu untuk memberikan perhatian khusus dan meneliti tentang pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 di Universitas Negeri Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Juni 2015 di kampus FIP UNY.

Target/Subjek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian populasi yaitu seluruh mahasiswa yang berada di jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan (PPB) Angkatan 2013 FIP UNY, Kelas A berjumlah 41 orang dan Kelas B yang berjumlah 41 orang sehingga total keseluruhan populasi adalah 82 responden, namun subyek yang mengikuti hanya 80 orang.

Prosedur

Peneliti melaksanakan penelitian yang terdiri dari rangkaian kegiatan berupa observasi dan wawancara pra-penelitian. Peneliti kemudian melakukan uji coba instrumen dengan membagi instrumen berupa skala gaya hidup hedonis dan skala pembelian impulsif untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen. Setelah melakukan uji coba, peneliti melakukan pengambilan data pada sampel yang telah ditentukan. Data kemudian dianalisis menggunakan program SPSS for windows versi 21.0.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model skala. Skala yang digunakan adalah skala gaya hidup hedonis. dan skala pembelian impulsif. Skala gaya hidup hedonis yang dikembangkan sendiri oleh peneliti terdiri dari 32 item, dan skala pembelian impulsif terdiri dari 31 item yang divalidasi menggunakan

seleksi aitem 0,30 dan validitas isi oleh *expert judgement*.

Dalam penyusunan instrumen juga dilakukan uji reliabilitas. Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 maka semakin tinggi reliabilitasnya, sebaliknya koefisien yang semakin rendah mendekati 0 maka semakin rendah reliabilitasnya. Setelah melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS For Windows seri 21.0, didapat koefisien *alpha Cronbach* yang sudah dikurangi dengan butir yang tidak valid, pada gaya hidup hedonis diperoleh koefisien sebesar 0,922 dan 0,902 untuk skala pembelian impulsif. Dengan demikian kedua skala dapat dikatakan valid dan reliabel.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menyajikan data gaya hidup hedonis dan pembelian impulsif. Penyajian data dimulai dari penentuan skor minimal, maksimal, rentang, dan mean yang selanjutnya akan digunakan untuk menentukan kriteria kategorisasi gaya hidup hedonis dan pembelian impulsif. Adapun hasil penentuan skor minimal, maksimal, rentang, dan mean data regulasi diri dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Penentuan Skor Minimal, Maksimal, Rentang, dan Mean Data gaya hidup hedonis

Regulasi Diri			
Minimal	Maksimal	Rentang	Mean
32	128	96	80

Berdasarkan data di atas maka selanjutnya digunakan untuk menentukan kriteria kategorisasi data regulasi diri. Adapun kriteria kategorisasi data regulasi diri dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Kriteria Kategorisasi Data Gaya Hidup Hedonis.

Interval	Kategorisasi
96-128	Tinggi
64-95	Sedang
32-63	Rendah
Interval	Kategorisasi

Hasil penentuan skor minimal, maksimal, pembelian impulsif dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Penentuan Skor Minimal, Maksimal, Rentang, dan Mean Data pembelian impulsif.

Regulasi Diri			
Minimal	Maksimal	Rentang	Mean
31	124	93	77,5

Berdasarkan data di atas maka selanjutnya digunakan untuk menentukan kriteria kategorisasi pembelian impulsif. Adapun kriteria kategorisasi data pembelian impulsif dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Kriteria Kategorisasi Dpembelian impulsif

Interval	Kategorisasi
93-124	Tinggi
62-92	Sedang
31-61	Rendah
Interval	Kategorisasi

Selanjutnya digunakan statistik inferensial untuk menguji hipotesis menggunakan teknik analisis regresi. Uji hipotesis dilakukan setelah

melalui uji prasyarat yakni uji normalitas dan linieritas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

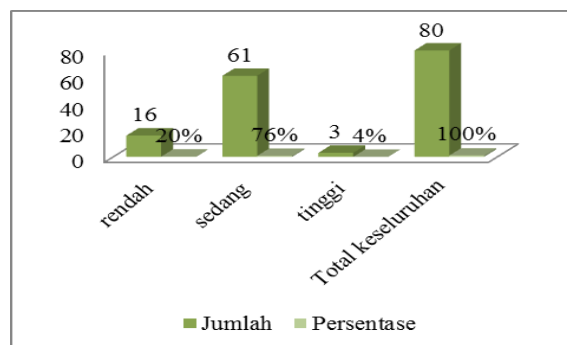
Gaya Hidup Hedonis

Data gaya hidup hedonis yang diperoleh kemudian disajikan dalam bentuk tabel berdasarkan kriteria kategorisasi yang telah ditentukan pada tabel 5. Berikut ialah data regulasi diri pengurus Ormawa FIP UNY.

Tabel 5. Gaya hidup hedonis

Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	4	5%
Sedang	61	76%
Rendah	15	19%

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 1. Diagram Pembelian Impulsif.

Berdasarkan Tabel dan gambar 3 dapat dilihat hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa PPB 2013 UNY yang memiliki perilaku pembelian Impulsif dengan kategori tinggi sebanyak 4%, kategori sedang sebanyak 76%, dan untuk kategori rendah sebanyak 20%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa

PPB 2013 UNY memiliki perilaku pembelian impulsif dengan kategori sedang.

Pembelian impulsif

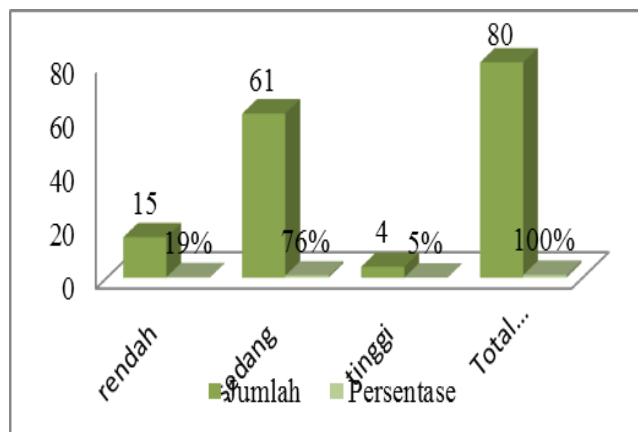
Data pembelian impulsif yang diperoleh kemudian disajikan dalam bentuk tabel berdasarkan kriteria kategorisasi yang telah ditentukan pada tabel 6. Berikut ialah data pembelian impulsif.

Tabel 6. Data Pembelian Impulsif

Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Tinggi	3	4%
Sedang	61	76%
Rendah	16	20%

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:

Gambar 2. Diagram Gaya Hidup Hedonis



Berdasarkan Tabel 6 dan Gambar 2 dapat dilihat bahwa hasil penelitian menunjukkan mahasiswa Psikologi Pendidikan dan Bimbingan angkatan 2013 FIP UNY yang memiliki gaya hidup hedonis dengan kategori tinggi sebanyak 5%, kategori sedang sebanyak 78%, dan untuk kategori rendah sebanyak 19%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa Jurusan

Psikologi Pendidikan dan Bimbingan angkatan 2013 FIP UNY memiliki gaya hidup hedonis dengan kategori sedang.

Dari hasil penelitian ini diperoleh beberapa hasil yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Gaya hidup hedonis

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa mahasiswa Jurusan Psikologi Pendidikan dan Bimbingan Angkatan 2013 FIP UNY yang memiliki gaya hidup hedonis dengan kategori tinggi sebanyak 5%, kategori sedang sebanyak 76%, dan untuk kategori rendah sebanyak 19%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY memiliki gaya hidup hedonis dengan kategori sedang.

Akhmad Shidqi (2008: 201) menyatakan bahwa dengan memilih hedonisme sebagai dasar-dasar pilihannya untuk hidup, berarti dia telah mengamini cara-caranya menjalani hidup didasarkan pada pilihan pengalaman apa yang membuatnya merasa nikmat, dan menghindarkannya dari hal-hal yang tidak menyenangkan. Hal ini sejalan dengan Solomon (2009: 189) yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis merupakan perilaku atau kebiasaan seorang individu untuk menghabiskan waktunya hanya demi bersenang-senang bersama teman sepermainan dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya. Gaya hidup hedonis akan menjadi suatu gaya hidup yang negatif apabila berkembang mencapai pada tahap yang berat,

kemudian digambarkan sebagai seseorang yang gemar hura-hura dan kehidupannya hanya diartikan sebagai kesenangan belaka dan tidak ada kerja keras, seperti jalan-jalan ke tempat hiburan dan pusat perbelanjaan yang bertujuan untuk mencari kesenangan.

1. Perilaku Pembelian Impulsif.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa mahasiswa Jurusan PPB 2013 UNY memiliki perilaku pembelian impulsif dengan kategori tinggi sebanyak 4%, kategori sedang sebanyak 76%, dan untuk kategori rendah sebanyak 20%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY memiliki perilaku pembelian impulsif dengan kategori sedang.

Dalam penelitian ini perilaku pembelian impulsif ditinjau dari empat karakteristik yaitu spontanitas, kekuatan/paksaan, perasaan senang, serta mengabaikan konsekuensi. Setelah dilakukannya penelitian keempat karakteristik tersebut masing-masing memiliki jumlah persentase, untuk karakteristik spontanitas sebesar 24,6%, karakteristik kekuatan/paksaan 19,9%, karakteristik perasaan senang 38,4% dan karakteristik mengabaikan konsekuensi 17%. Hal tersebut menunjukkan bahwa karakteristik perilaku pembelian impulsif tertinggi mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY adalah pada karakteristik perasaan senang dan terangsang. Hal ini didukung dengan item yang menyatakan “Saya merasakan dorongan untuk membeli ketika

dalam sebuah toko” mencapai 4% dari jumlah keseluruhan item sebanyak 31 dan termasuk kategori item tinggi diantara item yang lain.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Mowen dan Minor (Fika Ariyani U. & Sumaryono, 2008: 47) *impulsive buying* terjadi ketika konsumen memiliki perasaan yang kuat dan positif terhadap suatu produk yang harus dibeli, hingga akhirnya konsumen memutuskan untuk membelinya. *Impulsive buying* adalah perilaku yang dilakukan secara tidak sengaja dan kemungkinan besar melibatkan berbagai macam motif yang tidak disadari, serta dibarengi oleh respon emosional yang kuat (Astrid Gisela Herabadi, 2003: 59). Hal ini disebabkan karena individu kurang mempertimbangkan secara matang terhadap proses pembelian dan hanya mengikuti keinginan tanpa memikirkan konsekuensinya.

2. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku pembelian Impulsif pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengujian hipotesis pada penelitian ini terdapat adanya pengaruh gaya hidup hedonis dengan perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa PPB 2013 UNY dengan hasil yang diperoleh pada nilai konstanta sebesar 39,176 dan nilai koefisien regresi prediktor sebesar 0,596. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY yang artinya

bahwa gaya hidup hedonis memprediksi perilaku pembelian impulsif.

Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian di atas Engel dan Blackwell (Artledia Sihotang, 2009: 8) mengemukakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif adalah gaya hidup. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Frieda Yunita (2007) tentang hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif remaja di SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta yang mendapatkan hasil bahwa, ada hubungan yang positif antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif remaja di SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta.

Dalam penelitian ini terdapat kaitannya dengan BK (bimbingan konseling), di mana kedua variabel tersebut merupakan permasalahan yang terdapat pada BK dalam bidang pribadi-sosial yaitu gaya hidup hedonis dan perilaku pembelian impulsif. Menurut Ketut (1993: 11) bimbingan pribadi sosial merupakan usaha bimbingan dalam membantu menghadapi dan memecahkan masalah pribadi-sosial seperti penyesuaian diri penerimaan diri, tidak percaya diri, menghadapi konflik dan pergaulan sosial.

Berdasarkan data di atas maka dapat disimpulkan bahwa besarnya kontribusi gaya hidup hedonis untuk perilaku pembelian impulsif sebesar 47,3% sisanya berasal dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor usia dan kepribadian, faktor lain yang menjadi

pertimbangan untuk diteliti lebih lanjut pada penelitian berikutnya.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah ketika penelitian berlangsung, peneliti mengalami kesulitan mencari waktu untuk melakukan penelitian. Namun penelitian tetap berlangsung ketika responden sudah melaksanakan ujian, dalam pengisian skala penelitian responden sudah merasa kelelahan sehingga fokus dan minat dalam mengisi skala pun menjadi kurang optimal. Hal ini memungkinkan terjadinya bias data, apa yang dipilih bukan hal yang sebenarnya ia rasakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 UNY memiliki gaya hidup hedonis dengan kategori sedang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa PPB 2013 UNY memiliki perilaku pembelian impulsif dengan kategori sedang.
3. Ada pengaruh positif gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan PPB Angkatan 2013 UNY, artinya gaya hidup hedonis memprediksi perilaku pembelian impulsif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan maka ada beberapa pandangan yang dapat dijadikan saran bagi mahasiswa Jurusan PPB, bagi konselor, dan peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa PPB

Sebagai mahasiswa hendaknya mengontrol diri dalam pergaulan maupun pengeluaran demi menghindari kebiasaan buruk akan perilaku gaya hidup hedonis dengan pembelian impulsif. Sebab apabila kedua perilaku tersebut mencapai pada tahap tingkat yang tinggi akan merugikan diri sendiri, hal tersebut dapat dihindari apabila individu dapat selektif dalam bergaul dan mendahulukan kebutuhan yang penting dan tidak didasarkan atas kesenangan semata.

2. Bagi Konselor di Sekolah

Permasalahan yang diteliti merupakan permasalahan mengenai layanan pribadi-sosial dan hampir banyak terjadi pada setiap individu, sehingga konselor perlu memberikan materi yang berkaitan dengan gaya hidup hedonis maupun pembelian impulsif melalui pelayanan untuk pencegahan perilaku tersebut.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat melakukan penelitian dengan faktor-faktor lain yang dimungkinkan dapat mempengaruhi pembelian impulsif, seperti faktor usia, kepribadian, serta keadaan emosi individu tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Kunto (1999). *Kecil bahagia, Muda Foya-foya, Tua Kaya Raya, Mati maunya Masuk Surga*. Yogyakarta: Kanisius.
- Akhmad Shidqi. (2008). *Tuhan di dunia Gemerlapku: Sebuah Buku Reportase*. Yogyakarta: Kanisius.
- Allport, W & Gordon C.S. (1954). *Social Psychology (3rd Edition)*. Usa : Addition Wesley.
- Artledia Sihotang. (2009). Hubungan antara Konformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Pembelian Impulsif pada Remaja. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Diponegoro.
- Astrid Gisela Herabadi. (2003). Perbedaan Individual dalam Kecenderungan Belanja Impulsif: Sarat Emosi dan Pendek Pikir. *Jurnal Psikologi*, (Volume 12 Nomor 2).Hlm. 58-70.
- Burhan Nurgiantoro, Gunawan, dan Marzuki. (2004). *Statistik Terapan: Untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*.Yogyakarta: Gajah Mada University press.
- Chaplin, J.P. (2002). *Kamus Lengkap Psikologi*. (Alih Bahasa: Kartini Kartono).Jakarta:PT. Grafindo Persada.
- Engel J.F, Black R.D & Miniard, P.W. (1994). *Consumer Behavior. Sixth edition*. United states of America: The Dryden press.
- Elisabeth D.O. (2007). Minat menggunakan Kartu Kredit ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Feist, J. & Gregory, J.F. (2008). *Theories of Personality*. (Alih Bahasa: Susanto, Y.). Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Fika Aryani U. & Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif ditinjau dari Kontrol diri dan Jenis Kelamin pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi* (Volume 3 Nomor 1) Hlm. 46-57.
- Frieda Yunita. (2007). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif Remaja di SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta.

- Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan.
- Harjanti, M. (2001). Hubungan Antara Motif Berafiliasi dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja. Yogyakarta. *Skripsi*. (Tidak Diterbitkan) Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Hadi Irawan. (2007). Impulsive buying. www.handiirawan.com. Diakses dari tanggal 13 September pukul 20.00
- Hawkins, D. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. Ninth Edition*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Isha Mariyanti. (2010). Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif ditinjau dari *Locus of control* Eksternal. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Julius C & Rumpak. (2000). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai pustaka.
- Kacen, J.J. & Lee, J A. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Psychology* (Volume 12 Nomor 2). Hlm. 163-167.
- Kotler P. (1996). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Ninth Edition. New York: Prentice Hall, inc.
- Levant`s & Linda. (2003). What Is Metroseksual Eaurosel. New Delhi. *Journal of International*.
- Loudon, D.L & Bitta, A.J.D. (1984). *Consumer Behavior, Concept and Applications*. United State of America: McGraw-Hill Book Company.
- Martha. Hartati, S., dan Setyawan, M. (2008). Correlation Among Self-Esteem With A Tendency Hedonist Lifestyle of Students at Diponegoro University. *Journal of Psychology. Jurnal*. Diakses melalui <http://www.eprints.undip.ac.id> pada tanggal 25 Maret 2015.
- O'shaughnessy, Jhon, & Nicholas J.O. (2002). "Marketing, the Cconsume Society and Hedonism". *European Journal of Marketing*. (Volume 10 no 2). Hlm 58.
- Peter J. P. & Olson, J.C. (2005). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Seventh Edition. New York: Mc Grawhill Company.
- Porteous J.D. (1997). *Envitonmental and Behavioral: Planning and Everyday Urban Life*. Canada: Adison Weasley Publishing Company, inc.
- Purwanto. (2007). *Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rianton. (2013). Hubungan antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa KAB. Dharmasraya di Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Ahmad Dahlan.
- Saifudin Azwar. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Solomon, M.R. (2007). *Consumer behavior: Buying, Having and being Eight Edition*. New Jersey: Pearson-Prentice Hall
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- _____. (2010). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Susanto A.B. (2001). *Potret-potret Gaya Hidup hedonis*. Jakarta: Kompas
- Theo Riyanto & Heru Susanto. (2009). *Mau bahagia?.* Yogyakarta: Kanisus.