

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumtif

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Pengertian perilaku konsumtif menurut Ancok merupakan kecenderungan individu dalam konsumsi barang secara berlebihan atau tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan faktor emosi dari pada faktor rasionalnya semata-mata hanya untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan.<sup>29</sup> Hal ini disebabkan karena perilaku konsumtif dianggap sebagai sifat atau ciri kehidupan modern.

Triyaningsih menuturkan perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan atas pertimbangan secara rasional, dan memiliki kecenderungan mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu didasari oleh keinginan dari pada kebutuhan.<sup>30</sup>

Sumartono mendefinisikan perilaku konsumtif merupakan membeli barang tanpa pertimbangan rasional dan bukan atas dasar

---

<sup>29</sup> Ancok, D. 1995. Nuansa Psikologi Pembangunan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 60

<sup>30</sup> Triyaningsih, S.L. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Universitas Slamet Riyadi Surakarta, hal 175.

kebutuhan pokok.<sup>31</sup> Membeli segala hal yang dapat memberikan kenyamanan dan membuat diri sendiri memperoleh kesenangan hati tanpa merasa bahwa barang tersebut yang benar-benar dibutuhkan.

Fromm mengungkapkan bahwa dalam perilaku konsumtif yang terjadi kepada suatu individu yang dalam hal ini individu tersebut mempunyai keinginan untuk selalu mengkonsumsi barang tidak primer secara berlebihan, yang terjadi adalah individu tersebut selalu mencari kepuasan akhir dengan mengkonsumsi barang yang bukan sekedar mencukupi kebutuhannya tetapi untuk memenuhi keinginan-keinginan individu tersebut.<sup>32</sup> Perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dalam cara yang kurang tepat.

## 2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Adapun aspek/indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono yaitu:<sup>33</sup>

### 1. Membeli karena penawaran khusus

---

<sup>31</sup> Sumartono. (2002). Terperangkap dalam iklan: Menyerpong Imbas Pesan Iklan Televisi. Bandung: Alfabeta. 117

<sup>32</sup> Fromm, E. (2008). The sane society. British Library Cataloguing in Publication Data. 127

<sup>33</sup> Amelia, Achmel. Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UIN AR-RANIRY. Jurnal Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.13

Konsumen membeli suatu barang karena adanya penawaran khusus jika membeli barang tersebut.

2. Membeli karena penampilannya yang menarik.

Konsumen sangat mudah untuk membeli suatu produk dikarenakan penampilannya yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut

3. Membeli demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Gengsi dapat membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan dirinya, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

4. Membeli barang atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik, konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli hanya sekedar menjaga simbol status.

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan

sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.

6. Membeli barang dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

7. Mencoba lebih dari dua produk sejenis.

Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama tetapi dengan merek yang lain dari produk yang sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

8. Memakai sebuah produk karena konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.



### 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler terdapat tiga faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian, faktor tersebut terdiri dari:<sup>34</sup>

#### a. Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Dalam budaya terdapat sub-budaya yang lebih menampakan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Sub-budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis. Selain itu ada status sosial yang membagi masyarakat menjadi beberapa golongan tertentu.

1. Peran budaya merupakan kondisi dimana manusia tinggal di lingkungan masyarakat. Budaya merupakan penentu dari perilaku yang paling dasar, individu tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, preferensi, dan perilaku dari keluarga serta lembaga-lembaga penting lain.
2. Sub Budaya merupakan bagian dari budaya yang lebih khas bagi tiap masyarakat. Sub budaya sendiri mengacu pada perangkat nilai dan simbol dari kelompok yang lebih terbatas, seperti kelompok agama, etnis, sub bagian dari keseluruhan. Ketika subkultur menjadi besar dan makmur

---

<sup>34</sup> Kotler, K. (2009). Manajemen Pemasaran 1. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga. 202-213

maka beberapa perusahaan memanfaatkan kesempatan tersebut untuk pemasaran.

3. Kelas Sosial sebagai pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Hal ini biasanya dibagi berdasarkan sesuatu yang dihargai misalnya pekerjaan, jabatan, atau kekayaan yang dimiliki.
- b. Faktor sosial sebagai tambahan atas faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial yang meliputi: kelompok acuan sebagai kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap perilaku seseorang, keluarga, serta peran dan status yang diperankan dan diterima dalam masyarakat.
  1. Kelompok acuan atau bisa disebut kelompok referensi yaitu sebagai kelompok yang memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku individu setiap perilaku dan gaya yang baru pada individu itu mengacu pada kelompok acuannya.  
  
Orang yang sangat dipengaruhi kelompok acuannya sekurang kurangnya melalui tiga cara, yaitu: kelompok acuan membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya baru dan mempengaruhi perilaku serta konsep pribadi.

Kelompok acuan menuntut seseorang untuk mengikuti kebiasaan kelompok sehingga dapat mempengaruhi seseorang akan merk dan produk yang akan dibeli.

2. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggotanya menjadi kelompok acuan primer dan saling berpengaruh dalam pembelian.

### c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi karakteristik pribadi tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan konsep diri, serta gaya hidup.

#### 1. Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup yang di ekspresikan dalam bentuk aktifitas, minat, dan opini. Setiap orang dalam membeli barang dan jasa yang berbeda disepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk yang berbeda beda dalam masing-masing kelompok usia.

## 2. Pekerjaan Kondisi

Ekonomi setiap individu akan berpengaruh terhadap pemilihan produk dan merek untuk dirinya. Kondisi ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang akan dibelanjakan, tabungan dan kekayaan yang dimilikinya. Pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi seseorang, tiap profesi memiliki kebutuhan yang berbeda, dalam mengonsumsi barang atau jasa.

## 3. Kepribadian dan Konsep diri

Setiap individu memiliki karakteristik yang unik dan berbeda sehingga mempengaruhi perilakunya pula dalam membeli. Kepribadian adalah sebagai respon yang konsisten individu pada stimulus dan lingkungannya. Individu cenderung akan melakukan konsumsi pada produk yang sesuai dengan kepribadiannya. Sedangkan konsep diri merupakan pandang mengenai dirinya sendiri.

## **B. Gaya Hidup Hedonis**

### 1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup menurut Dewojati menjelaskan bahwa gaya hidup mempunyai arti pandangan hidup yang menganggap bahwa seluruh kesenangan dan kenikmatan materi adalah segalanya dalam memenuhi tujuan hidup, yang artinya bahwa pandangan seperti

itulah yang membuat mereka selalu ingin menikmati hidup dengan sebebaskan-bebasnya tanpa ada suatu batasan.<sup>35</sup>

Patricia dan Handayani gaya hidup hedonis merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk.<sup>36</sup>

Chaney mengatakan bahwa gaya hidup hedonis lebih menerapkan pola yang hanya untuk mencari kesenangan kenikmatan duniawi, senang terhadap adanya keramaian, mengkonsumsi barang-barang mewah agar menjadi pusat perhatian orang, dan lebih mementingkan adanya keinginan daripada suatu kebutuhan.<sup>37</sup> Kesimpulan dari beberapa pengertian di atas yaitu, hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan dengan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan.

## 2. Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis

Aspek-aspek gaya hidup hedonis menurut Engel, dkk. (1994) dapat disimbolkan dengan pengukuran AIO yaitu:<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> Dewojati, C. (2010). Wacana Hedonisme dalam Sastra Populer Indonesia. Yogyakarta: Pustaka pelajar. 16

<sup>36</sup> Patricia, L.N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". Jurnal Psikologi, 10.

<sup>37</sup> Chaney, D. 1996. Lifestyle : Sebuah Pengantar Komprehensif. Yogyakarta: Jalasutra. 41

<sup>38</sup> Engel, J.F., Balckwel, R.D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Edisi keempat jilid II. Alih Bahasa: F.X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.

### 1. Kegiatan (*Activities*)

Kegiatan adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat pembelanjaan dan kafe.

### 2. Minat (*Interest*)

Minat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik yang menekan pada unsur kesenangan hidup. Antara lain adalah fashion, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

### 3. Pendapat (*Opinions*)

Pendapat adalah tanggapan baik lisan maupun tulisan yang diberikan individu tentang dirinya sendiri dan produk-produk yang berkaitan dengan kesenangan hidupnya. Opini merupakan cara pandang individu untuk membela dan mempertahankan gaya hidup tersebut, opini sekaligus menjelaskan apa saja hal-hal yang diperlukan atau harus dilakukan untuk menunjang gaya hidupnya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kecenderungan gaya hidup hedonis dapat dilihat dari kecenderungan individu memiliki ketertarikan terhadap suatu obyek yang menekankan pada unsur kesenangan hidup (minat) dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitar (opini) seperti lebih mengikuti trend budaya barat baik melalui media masa maupun elektronik. Sedangkan aktifitas tersebut sudah mengarah ke gaya hidup hedonis, seperti menghabiskan waktunya diluar rumah, membeli barang berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan atau kurang diperlukan, seperti hangout di kafe, clubbing di malam hari, pergi ke mall.

### 3. Faktor-faktor Gaya Hidup Hedonis

Menurut Kotler dan Amstrong gaya hidup seseorang secara garis besarnya dapat di pengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individual (internal) dan dari luar diri individu (eksternal).<sup>39</sup>

#### a. Faktor Internal

Faktor internal yang berarti faktor penyebab terbentuknya gaya hidup hedonis yang berasal dari dalam diri orang tersebut. Faktor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi.

---

<sup>39</sup> Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga. 48

### 1. Sikap

Sikap menggambarkan keadaan kognitif yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap objek kedalam satu kerangka berfikir yaitu menyukai atau tidak menyukai suatu objek. Dengan demikian jika individu memiliki sikap positif terhadap gaya hidup hedonis maka individu tersebut akan terdorong untuk mengikuti gaya hidup hedonis tersebut.

### 2. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi dan membentuk pengamatan sosial individu dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakan individu tersebut di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

### 3. Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang membedakan individu satu dengan individu yang lain. Kepribadian seseorang akan mempengaruhi perilakunya. Individu yang memiliki karakteristik impulsif seperti mudah terbujuk akan menjadi follower. Dengan demikian

individu akan mudah terpengaruh kepribadiannya untuk mengikuti gaya hidup hedonis.

#### 4. Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal perilaku.

#### 5. Motif

Perilaku seorang individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu cenderung tinggi maka secara tidak langsung akan membentuk dan mendorong gaya hidup individu untuk berperilaku gaya hidup yang hedonis dalam hal ini berarti adalah hidup dengan bermewah-mewahan.

#### 6. Persepsi

Proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

## b. Faktor Eksternal

Adapun faktor eksternal yang menyebabkan terbentuknya gaya hidup hedonis bagi individu yaitu, kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, kebudayaan.

### 1. Kelompok referensi

Kelompok referensi merupakan kelompok yang memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

### 2. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

### 3. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota setiap jenjang memiliki nilai, minat, dan tingkah

laku yang sama. Apabila individu tinggal dalam kelas sosial yang menganut gaya hidup hedonis maka akan terjadi proses penyesuaian dengan lingkungan tempat tinggal, sehingga individu tersebut akan mengikuti gaya hidup hedonis dengan kelas sosialnya.

#### 4. Kebudayaan

Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan, yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

### **C. Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Kediri**

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup di mana individu fokus pada pencarian kesenangan, kenikmatan sensorik, dan kepuasan pribadi<sup>40</sup>. Gaya hidup ini sering kali ditandai dengan mengutamakan kesenangan instan, kesenangan materi, dan gratifikasi segera.

Perilaku konsumtif, di sisi lain, merujuk pada kecenderungan individu untuk terus-menerus mengonsumsi barang dan jasa dengan intensitas yang tinggi, tanpa pertimbangan yang matang terhadap kebutuhan sebenarnya atau dampak jangka panjang dari konsumsi

---

<sup>40</sup> Dewojati, C. (2010). Wacana Hedonisme dalam Sastra Populer Indonesia. Yogyakarta: Pustaka pelajar.

tersebut.<sup>41</sup> Orang yang cenderung memiliki perilaku konsumtif sering kali terdorong oleh keinginan untuk mendapatkan kepuasan instan dan status sosial melalui kepemilikan benda materi.

Ada hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Gaya hidup hedonis yang menekankan kepuasan instan dan gratifikasi segera dapat mendorong perilaku konsumtif. Mahasiswa yang mengadopsi gaya hidup ini cenderung menganggap barang dan jasa sebagai sumber utama kepuasan dan kesenangan dalam hidup mereka. Mereka dapat terjatuh dalam pola konsumsi yang tidak seimbang, di mana mereka terus-menerus menginginkan dan membeli barang-barang baru untuk memenuhi kebutuhan kepuasan pribadi mereka.

Selain itu, gaya hidup hedonis juga dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kebahagiaan dan kesejahteraan. Mereka mungkin cenderung mengaitkan kebahagiaan dengan kepemilikan benda materi dan pengalaman yang menyenangkan secara fisik. Hal ini dapat memperkuat perilaku konsumtif, karena mereka akan terus mencari dan membeli barang-barang baru dalam upaya untuk mencapai kebahagiaan yang diinginkan.

Namun, penting untuk diingat bahwa tidak semua orang dengan gaya hidup hedonis memiliki perilaku konsumtif yang tidak sehat. Seseorang dapat menikmati kesenangan dan gratifikasi dalam hidup mereka tanpa harus terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan.

---

<sup>41</sup> Triyaningsih, S.L. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Universitas Slamet Riyadi Surakarta*, 175.

Faktor-faktor seperti kontrol diri, kesadaran akan keuangan, dan nilai-nilai hidup yang seimbang juga memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana seseorang akan mengadopsi perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Anggraini dan Santhoso yang berjudul “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja” hasil yang diperoleh ialah sebanyak 53,2% subjek memiliki perilaku konsumtif yang sedang, 46,1% subjek berperilaku konsumtif tergolong rendah, dan sebanyak 7% subjek tergolong dalam kategori tinggi.<sup>42</sup> Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sebagian besar perilaku konsumtif pada subjek penelitian tergolong sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa subjek memiliki kendali yang cukup baik dalam menentukan perilaku konsumsinya.

Selanjutnya pada penelitian Khairat, dkk diperoleh skor yang tinggi pada gaya hidup hedonis yaitu sebanyak 55%, dan juga skor yang tinggi pada perilaku konsumtif sebesar 58%.<sup>43</sup>

Menurut Khairat, dkk mengatakan bahwa seorang mahasiswa dikatakan memiliki gaya hidup hedonis yang tinggi ketika cenderung menjadikan kesenangan atau pemuasan dari keinginan - keinginannya sebagai tujuan dalam hidupnya dan mereka akan berusaha sebisa

---

<sup>42</sup> Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140.

<sup>43</sup> Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130-139.

mungkin mencapai kesenangan dan kepuasan dalam dirinya semua itu dilakukan agar diakui di lingkungan sosialnya, berusaha memantaskan diri agar orang mengetahui bagaimana status sosialnya. Dan juga Khairat, dkk mengatakan bahwa dikatakan mahasiswi memiliki perilaku konsumtif yang tinggi ketika mereka cenderung tidak mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum mengeluarkan uangnya untuk mendapatkan sesuatu dan mereka membeli hanya karena untuk pemenuhan keinginannya saja, tanpa diketahui adanya kebutuhan yang jelas, bahkan terkadang memang tidak dibutuhkan. Ini berarti, individu dalam membeli suatu produk mengacu pada gaya hidup yang dianutnya.

Selanjutnya penelitian ini juga sesuai dengan penelitian lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Alwer (dalam Khairat dkk) yang berjudul “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Fashion pada Mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta”, Penelitian ini juga menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memberikan sumbangan efektif yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif dibandingkan faktor lainnya.