

Pengaruh *Trend Fashion* dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif

Nurul Awalinah Nadiyah¹, Syuhada², Ahmad Munir Hamid³

Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan

Corresponding author: nurulawaliyah.2019@mhs.unisda.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20-11-2023

Revised: 11-12-2023

Accepted: 08-01-2024

Keywords

Trend Fashion

Pergaulan

Gaya Hidup Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to determine: 1) The influence of fashion trends on consumptive lifestyles for female students, 2) The influence of associations on consumptive lifestyles for female students, 3) The influence of fashion trends and associations on consumptive lifestyles for female students. This study focuses on the consumptive lifestyle of female students at Darul Ulum Lamongan Islamic University. The population in this study was 46 female students in the 2022/2023 school year. The sampling technique in this study is a nonprobability sample using saturated sampling due to the relatively small population. The data collection technique used a questionnaire which contained 19 statement items which were measured using a Likert scale of 1 to 5 and tested by validity and reliability. Data analysis techniques to answer the hypothesis using multiple linear regression analysis. Research results: From the partial test it was found that the fashion trend variable (X1) has a significant effect on consumptive lifestyle (Y) because $T \text{ count} > T \text{ table}$ or $5.062 > 2.017$. If the fashion trend increases the level of consumptive lifestyle, it can be concluded that H1 is accepted or in other words that the fashion trend variable has a significant influence on the consumptive lifestyle. Then from the social variable (X2) it has a significant effect on the consumptive lifestyle (Y) because $T \text{ count} > T \text{ table}$ or $4.519 > 2.107$, if the association makes the consumptive lifestyle increase, it can be concluded that H2 is accepted or in other words that the social variable has a significant influence significantly to the consumptive lifestyle of female students at Darul Ulum Lamongan Islamic University. The R square value indicates that 78.1% of the consumptive lifestyle variables can be explained by all the variables used in this study, namely fashion trends and association. Meanwhile, 21.9% of the consumptive lifestyle variables are explained by other variables not observed in this study.

Pendahuluan

Perkembangan zaman atau era yang semakin cepat ini, mempercepat pula perkembangan informasi di era globalisasi ini. Gaya hidup masyarakat sekarang ini sudah mengalami perubahan dan perkembangan seiring berkembangnya zaman (Pulungan & Febriaty, 2018). Dewasa ini, pasar di Indonesia tumbuh dan berkembang sangat pesat, namun perkembangan pasar modern jauh lebih cepat dibandingkan pasar tradisional (Hamid, 2022). Segala sesuatu yang terjadi di dunia ini dapat begitu mudah di akses dalam hitungan detik, tidak terkecuali dengan perkembangan *trend fashion* yang dikemas melalui periklanan yang begitu menarik. Pengaruh globalisasi ini berimbas kepada pemenuhan kebutuhan gaya hidup anak milenial zaman sekarang, kecanggihan teknologi informasi yang tak terbatas, yakni dengan menayangkan berbagai macam *trend fashion*, yang menghadirkan penawaran barang-barang mewah dan menggiurkan. Apabila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut (Anggraini et al., 2020). Hal ini dapat menimbulkan gaya hidup konsumtif.

Perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Lestarina et al., 2017). Dalam hal ini, perilaku konsumtif banyak terjadi pada mahasiswi yang menyukai kehidupan mewah. Perilaku konsumtif yang tampak dikalangan mahasiswi saat ini, disamping adanya perubahan dari kehidupan masyarakat modern, diyakini pula adanya perubahan pada proses perkembangan individu. Mahasiswi yang ingin diakui keberadaannya dan diakui eksistensinya oleh lingkungan akan berusaha menjadi sama dengan lingkungan tersebut. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain dapat di ekspresikan melalui busana dan barang yang dikenakannya (Kurniawan, 2017).

Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi pada penelitian ini mengarah pada perilaku konsumtif *trend fashion*. Mahasiswi mempresentasikan diri melalui penampilannya oleh karena itu produk *trend fashion* adalah hal yang paling penting untuk mereka. Mahasiswa yang pada usia remaja ingin dianggap keberadaannya dan diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha diterima dalam lingkungan tersebut (Lestarina et al., 2017). Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya, bahwa remaja mengkonsumsi produk *fashion* berdasarkan perasaan dan emosi ingin di terima kelompok melalui penampilan. Produk *fashion* merupakan mode pakaian, termasuk semua aksesoris seperti *flat shoes*, *sneakers*, tas, jam tangan dan *handphone* juga dapat menjadi produk yang memiliki modena sendiri sehingga sebagian masyarakat menganggap keduanya sebagai produk *fashion* (Mahdiatari, 2014). Keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan dapat menarik konsumen untuk mencoba dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut (Dwiningwarni et al., 2018).

Perilaku konsumtif mahasiswi tidak terlepas dari pengaruh teman-teman sepergaulan. Teman yang menjadi tempat sosialisasi sekunder memiliki pengaruh besar terhadap pola hidup individu-individu yang berada pada kelompok tersebut (Hidayatun, 2015). Teman merupakan bagian dari kelompok rujukan, dimana setiap perilaku dan kebiasaan individu tidak akan terlepas dari kebiasaan kelompok teman sepergaulannya. Pada kalangan mahasiswi perilaku konsumtif ini bisa terjadi karena pengaruh dari temannya, hal ini merupakan cara mahasiswi beradaptasi dan bergaul dalam kelompok temannya tersebut yang kemudian menjadi sebuah kebiasaan.

Mahasiswi yang mempunyai perilaku konsumtif mengalami perubahan pola hidup. Pola hidup mahasiswi yang berubah mengakibatkan mahasiswi tidak begitu cermat dalam mengatur keuangan yaitu bukan berdasarkan skala prioritas, tetapi karena dipengaruhi oleh teman dan lingkungannya. Kondisi tersebut membawa kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan (Fitriyani et al., 2013). Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suci Wulandari yang melakukan penelitian tentang *trend fashion* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha, akan tetapi ruang lingkup tentang *trend fashion* hijab, yang mendapatkan hasil penelitian mengenai pengaruh *trend fashion*. Dan juga mendapat nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh *fashion* hijab terhadap perilaku konsumtif mahasiswi berjumlah 26% sedangkan sisanya sebesar 73,6% di pengaruhi oleh faktor lain. Akan tetapi ruang lingkup yang hanya dalam *fashion* hijab.

Kata *trend* mungkin sudah sering kita dengar atau bahkan diucapkan, apalagi bagi orang yang sering menggeluti dunia mode, kata *trend* tidak terbatas hanya pada dunia model saja, namun bisa terjadi pada semua segi kehidupan dan semua orang bisa menjadi *trendsetter* atau bahkan bisa menciptakan tren baru. *Trend* adalah segala sesuatu yang menjadi pusat perhatian serta diikuti orang banyak. *Trendsetter* tercipta melalui suatu proses, berikut proses terjadinya *trend* adanya ide kreatif dan inovatif dari seseorang atau sekelompok orang, ide ini harus benar-benar baru, atau bukan meniru yang sudah ada (Inayati, 2019).

Fashion merupakan sebetuk perubahan yang dicirikan oleh rentang waktu yang singkat, sehingga *fashion* merupakan kekuatan dalam kebangkitan individualitas dengan mengizinkan seseorang untuk mengekspresikan diri dalam berpenampilan. Seorang yang mengikuti *fashion* belum tentu mampu mengaplikasikan tren tersebut ke dirinya, sehingga *style* nya dapat menjadi kurang cocok. Namun orang yang mengerti *style* dirinya, mampu menyesuaikan *fashion* sesuai kebutuhan dan kenyamanan dirinya (Alfedha, 2018).

Jadi *trend fashion* adalah *fashion* yang cenderung dipilih, diterima, digemari dan digunakan sehingga akan sering dilihat dan didengar oleh mayoritas masyarakat yang bisa memberi kenyamanan dan membuat lebih baik pada suatu waktu tertentu. Jika kita perhatikan dari definisi *trend* dan *trend fashion* diatas, sekilas akan terlihat pengertian yang hampir sama. Namun jika diperhatikan secara seksama akan terlihat perbedaan yang sangat jelas. Dimana *trend* mengarah pada objek yang lebih umum atau luas, sedangkan *trend fashion* mengarah pada objek yang khusus, yaitu *fashion*.

Maka berdasarkan penjelasan di atas terkait pengaruh *trend fashion* terhadap gaya hidup konsumtif pada mahasiswi Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Pergaulan merupakan jalinan hubungan sosial antara seseorang dengan orang lain yang berlangsung dalam jangka yang relatif lama sehingga terjadi saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Pergaulan merupakan kelanjutan dari proses interaksi sosial yang terjalin antara individu dalam lingkungan sosialnya. Kuat lemahnya interaksi sosial mempengaruhi erat tidaknya pergaulan yang terjalin. Seorang anak yang selalu bertemu dan berinteraksi dengan orang lain dalam jangka waktu yang relatif lama akan membentuk pergaulan yang lebih. Beda dengan orang yang hanya sesekali bertemu atau hanya melakukan interaksi sosial secara langsung (Tenerman, 2021).

Pergaulan sendiri juga sangat berpengaruh pada perilaku gaya hidup konsumtif. Selain mahasiswi yang memiliki kemampuan dalam hal finansial menjadi mudah terpengaruh untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif tersebut. Mahasiswi akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merek terkenal, bukan lagi melalui prestasi. Sebagian mahasiswi lain yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup konsumtif akibat tuntutan pergaulan. Sehingga sebagian mahasiswi kini hanya mementingkan penampilan, gengsi dan mengikuti lingkungan sekitar. Uang saku mahasiswi lebih dipentingkan untuk membeli sesuatu yang menjadi keinginan mereka dibanding dengan membeli perlengkapan kampus yang lebih penting sebagai pendukung kuliah.

Terkait dengan gaya hidup mahasiswi sebagai pelaku ekonomi hal yang tepat adalah mengutamakan kebutuhan yang prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan perkuliahan. Dalam kehidupan sosial ada berbagai bentuk pergaulan, ada yang sehat ada pula yang dikategorikan pergaulan yang tidak sehat. Pergaulan sehat adalah pergaulan yang membawa pengaruh positif bagi perkembangan kepribadian seseorang. Sebaliknya pergaulan tidak sehat mengarah kepada pola perilaku yang merugikan bagi perkembangan dirinya sendiri maupun dampaknya bagi orang lain. Pergaulan yang sehat adalah pergaulan yang mengarah kepada pembentukan kepribadian yang sesuai dengan nilai dan norma sosial, kesusilaan dan kesopanan yang berlaku.

Gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk serta tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama (Aini & Andjarwati, 2020). Kebanyakan orang yang berperilaku atau mempunyai sifat konsumtif dikarenakan pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain, kebanggaan karena penampilan dirinya, kebanggaan karena penampilan dirinya, ikut-ikutan, menarik perhatian dari orang lain (Kurniawan, 2017). Kebanyakan sifat konsumtif muncul karena pembeli ingin memiliki barang yang tidak dipunyai orang lain, alhasil pembeli pun akan mencari barang yang langka atau *limited edition* tentu saja harganya pun juga pastinya sangat mahal. Sifat konsumtif juga biasa terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan. Biasanya banyak diantaranya ada orang akan percaya diri bila memiliki barang-barang mewah dan selalu update. Ada juga sifat orang yang ikut-ikutan engan orang lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan ingin selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman.

Menarik perhatian dari orang lain ini salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, biasanya orang yang selalu ingin menarik perhatian orang lain pasti memiliki cara, salah satunya yaitu memiliki barang-barang yang *up to date* atau terkini. Kecenderungan orang-orang akan memaksimalkan kegiatan belanja mereka bukan lagi sesuai kebutuhan primer sehari-hari akan tetapi sesuai selera mereka masing-masing. Berdasarkan faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumtif tersebut, akhirnya berbelanja juga dianggap sebagai sebuah pekerjaan, sebuah aktivitas sosial dan suatu saat akan menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain (sebagai simbol status, gengsi, dan *image* manusia modern dan tidak ketinggalan zaman) (Triyaningsih, 2011).

Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang mana penelitian ini dimaksud untuk mendeskripsikan peristiwa-peristiwa yang ada dan masih terjadi hingga saat ini atau waktu yang lalu. Penelitian deskripsi adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain (Sujarweni, 2019).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang menganalisis data dengan bantuan alat statistik dalam bentuk angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat di capai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu *Trend Fashion* (X1) dan Pergaulan (X2), terhadap Gaya Hidup Konsumtif.

H1: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Trend fashion terhadap gaya hidup konsumtif.

H2 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara pergaulan terhadap gaya hidup konsumtif.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan dapat mengukur setiap variabel yang diteliti. Untuk mengukur validitas kuesioner digunakan *correlation product moment pearson*. Jika nilai korelasi *product moment pearson* antara masing-masing item pertanyaan dengan skor total variabel menghasilkan r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel atau nilai signifikan $<$ 0,05 ($\alpha=5\%$), maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Dari Lampiran 9 diketahui nilai r tabel untuk jumlah responden (n) 46 orang adalah sebesar 0,291.

1. Uji Validitas Variabel *Trend Fashion*

Hasil uji validitas item pertanyaan pada variabel *trend fashion* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Uji Validitas Variabel *Trend Fashion*

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
X1.1	0,697	0,291	0,000	Valid
X1.2	0,710	0,291	0,000	Valid
X1.3	0,690	0,291	0,000	Valid
X1.4	0,766	0,291	0,000	Valid
X1.5	0,770	0,291	0,000	Valid
X1.6	0,778	0,291	0,000	Valid
X1.7	0,535	0,291	0,000	Valid
X1.8	0,654	0,291	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Tabel 1 menunjukkan r hitung tiap item pertanyaan pada variabel *trend fashion* bernilai positif dan r hitung $>$ r tabel 0,291, dengan nilai signifikan untuk semua item pertanyaan $<$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedelapan item pertanyaan yang mengukur variabel *trend fashion* adalah valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Validitas Variabel Pergaulan

Hasil uji validitas item pertanyaan pada variabel pergaulan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Pergaulan

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
X2.1	0,733	0,291	0,000	Valid
X2.2	0,899	0,291	0,000	Valid
X2.3	0,738	0,291	0,000	Valid
X2.4	0,935	0,291	0,000	Valid
X2.5	0,890	0,291	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan r hitung tiap item pertanyaan pada variabel

pergaulan bernilai positif dan r hitung $>$ r tabel 0,291, dengan nilai signifikan untuk semua item pertanyaan $<$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima item pertanyaan yang mengukur variabel pergaulan adalah valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3. Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Konsumtif

Hasil uji validitas item pertanyaan pada variabel gaya hidup konsumtif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Konsumtif

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Y.1	0,603	0,291	0,000	Valid
Y.2	0,902	0,291	0,000	Valid
Y.3	0,811	0,291	0,000	Valid
Y.4	0,794	0,291	0,000	Valid
Y.5	0,411	0,291	0,005	Valid
Y.6	0,761	0,291	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Tabel 3 menunjukkan r hitung tiap item pertanyaan pada variabel gaya hidup konsumtif bernilai positif dan r hitung $>$ r tabel 0,291, dengan nilai signifikan untuk semua item pertanyaan $<$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa keenam item pertanyaan yang mengukur variabel gaya hidup konsumtif adalah valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan (konsistensi) instrumen (alat ukur) berupa kuesioner. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach's alpha*. Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,60. Hasil uji reliabilitas pada variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Trend Fashion (X1)	0,853	Reliabel
Pergaulan (X2)	0,898	Reliabel
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	0,826	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

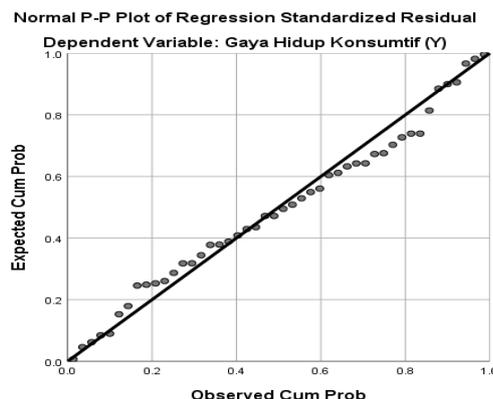
Berdasarkan Tabel 4 diketahui nilai *cronbach's alpha* untuk semua variabel penelitian $>$ 0,60, sehingga dapat disimpulkan penyusunan item-item pertanyaan kuesioner pada variabel *trend fashion*, pergaulan dan gaya hidup konsumtif dapat dipercaya sebagai alat ukur yang menghasilkan jawaban konsisten.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Asumsi utama yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier adalah normalitas residual. Pendeteksian normalitas residual dilakukan dengan *normal probability plot*. Jika titik-titik pada *normal probability plot* terkumpul di sekitar garis lurus, maka disimpulkan residual model regresi berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas residual dengan *normal probability*

plot:



Gambar 1. Uji Normalitas Residual Dengan *Normal Probability Plot*

Dari Gambar 1 diketahui titik-titik mengikuti arah garis diagonal, sehingga disimpulkan residual model regresi berdistribusi normal. Hasil dari *normal probability plot* selanjutnya diperkuat dengan uji *kolmogorov smirnov*. Jika uji *kolmogorov smirnov* menghasilkan nilai signifikan $> 0,05$ ($\alpha=5\%$), maka disimpulkan residual berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas residual dengan uji *kolmogorov smirnov*:

Tabel 5. Uji Normalitas Residual Dengan Uji *Kolmogorov Smirnov*

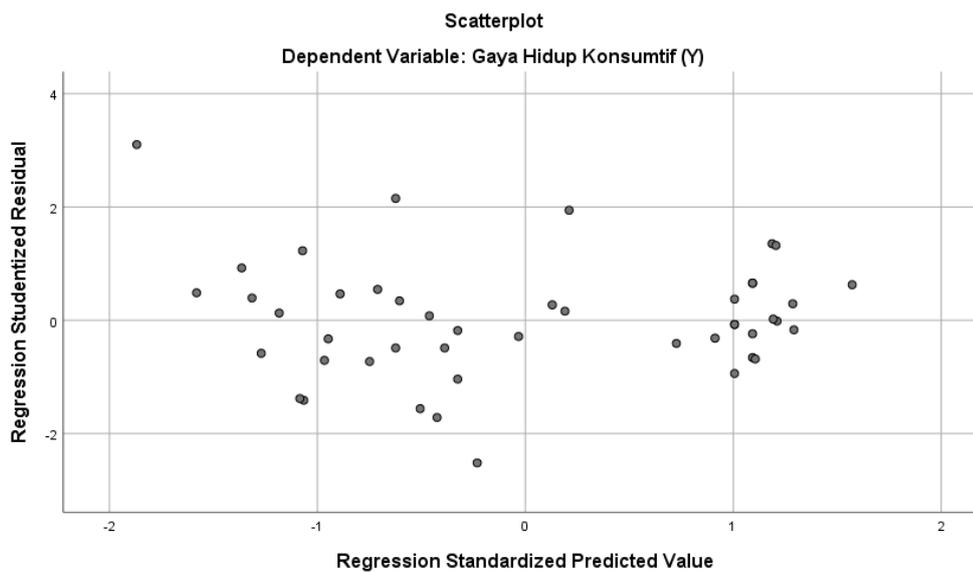
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.104	46	.200*
*. This is a lower bound of the true significance.			
a. Lilliefors Significance Correction			

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Dari Tabel 5 diketahui nilai signifikan uji *kolmogorov smirnov* sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga disimpulkan residual model regresi berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ketidaksamaan atau ketidakhomogenan residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain dalam model regresi. Regresi yang baik memiliki residual yang homogen, dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan *scatterplot* antara nilai ZPRED pada sumbu X dan SRESID pada sumbu Y. Jika *scatterplot* menghasilkan titik-titik yang tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan *scatter plot*:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas Dengan *Scatter Plot*

Dari Gambar 2 terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Hasil dari *scatterplot* selanjutnya diperkuat dengan uji *glejser* yaitu meregresikan variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*. Jika uji *glejser* menghasilkan nilai signifikan $t > 0,05$, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser*:

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji *Glejser*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.620	.174		3.573	.001
	Trend Fashion (X1)	-.057	.065	-.178	-.873	.388
	Pergaulan (X2)	-.038	.050	-.155	-.764	.449

a. Dependent Variable: Absolut Residual

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Tabel 6 menunjukkan kedua variabel bebas memiliki nilai signifikan uji *glejser* masing-masing sebesar 0,388 dan 0,449 keduanya $> 0,05$. Hasil ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang kuat antara variabel bebas dalam model regresi. Regresi yang baik bebas dari multikolinieritas. Pendeteksian ada tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka model regresi bebas dari

multikolinieritas. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas:

Tabel 7. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Trend Fashion (X1)	.509	1.965
	Pergaulan (X2)	.509	1.965

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai *tolerance* kedua variabel bebas masing-masing sebesar $0,509 > 0,1$ dengan nilai VIF masing-masing sebesar $1,965 < 10$, sehingga dapat disimpulkan model regresi bebas dari multikolinieritas.

Estimasi Koefisien Regresi

Regresi antara variabel *trend fashion* dan pergaulan terhadap variabel gaya hidup konsumtif pada mahasiswi responden penelitian menghasilkan nilai estimasi koefisien regresi sebagai berikut:

Tabel 8. Nilai Estimasi Koefisien Regresi

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	.507	.274
	Trend Fashion (X1)	.520	.103
	Pergaulan (X2)	.358	.079

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan nilai *unstandardized coefficient* (B) pada tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi adalah $Y = 0,507 + 0,520 X_1 + 0,358 X_2$. Penjelasan persamaan regresi di atas adalah Nilai konstanta sebesar 0,507 menunjukkan besarnya gaya hidup konsumtif mahasiswi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian yang tidak dipengaruhi oleh *trend fashion* dan pergaulan.

Nilai koefisien *trend fashion* (X1) sebesar 0,520, artinya apabila *trend fashion* naik satu satuan, maka akan meningkatkan besarnya gaya hidup konsumtif mahasiswi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian sebesar 0,520, dengan asumsi variabel pergaulan dalam keadaan konstan. Hasil ini menunjukkan adanya arah pengaruh positif atau searah *trend fashion* terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian. Semakin baik mahasiswi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan mengikuti *trend fashion*, maka gaya hidup konsumtif mereka akan semakin tinggi. Sebaliknya semakin tidak baik mahasiswi Universitas Islam Darul

Ulum Lamongan mengikuti *trend fashion*, maka gaya hidup konsumtif mereka akan semakin rendah.

Nilai koefisien pergaulan (X2) sebesar 0,358, artinya apabila pergaulan naik satu satuan, maka akan meningkatkan besarnya gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian sebesar 0,358, dengan asumsi variabel *trend fashion* dalam keadaan konstan. Hasil ini menunjukkan adanya arah pengaruh positif atau searah pergaulan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian. Semakin baik mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan memiliki pergaulan yang bisa mempengaruhi perasaan, tingkah laku, serta jati diri mereka, maka gaya hidup konsumtif mereka akan semakin tinggi. Sebaliknya semakin tidak baik mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan memiliki pergaulan yang bisa mempengaruhi perasaan, tingkah laku, serta jati diri mereka, maka gaya hidup konsumtif mereka akan semakin rendah.

Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Hipotesis Pengaruh Parsial (Uji t)

Untuk menguji hipotesis pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t. Jika uji t menghasilkan t hitung > t tabel (df residual, $\alpha/2=0,025$) atau nilai signifikan < 0,05 ($\alpha=5\%$), maka disimpulkan variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji hipotesis pengaruh parsial dengan uji t:

Tabel 9. Uji Hipotesis Pengaruh Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.507	.274		1.851	.071
Trend Fashion (X1)	.520	.103	.506	5.062	.000
Pergaulan (X2)	.358	.079	.452	4.519	.000

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 9 dapat diperoleh penjelasan H1 Pengaruh *Trend Fashion* (X1) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Y) artinya Uji t pengaruh *trend fashion* terhadap gaya hidup konsumtif menghasilkan t hitung sebesar 5,062 > t tabel 2,017 (Lampiran 10, df=43, $\alpha/2=0,025$), dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 < 0,05, maka disimpulkan *trend fashion* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian. Berdasarkan hasil ini hipotesis pertama penelitian yang menduga terdapat pengaruh yang signifikan antara *trend fashion* terhadap gaya hidup konsumtif pada mahasiswa dapat diterima (H1 diterima).

Penjelasan terkait H2 Pengaruh Pergaulan (X2) Terhadap Gaya Hidup

Konsumsi (Y) dapat diketahui bahwa Uji t pengaruh pergaulan terhadap gaya hidup konsumtif menghasilkan t hitung sebesar 4,519 > t tabel 2,017 (Lampiran 10, $df=43$, $\alpha/2=0,025$), dengan nilai signifikan uji t sebesar $0,000 < 0,05$, maka disimpulkan pergaulan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian. Berdasarkan hasil ini hipotesis kedua penelitian yang menduga terdapat pengaruh yang signifikan antara pergaulan terhadap gaya hidup konsumtif pada mahasiswa dapat diterima (H2 diterima).

2. Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (Uji F)

Untuk menguji hipotesis pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji F. Jika uji F menghasilkan F hitung > F tabel ($df_1=df$ regression, $df_2=df$ residual, $\alpha=0,05$) atau nilai signifikan < 0,05 ($\alpha=5\%$), maka disimpulkan variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji hipotesis pengaruh simultan dengan uji F:

Tabel 10. Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.313	2	11.656	76.718	.000 ^b
	Residual	6.533	43	.152		
	Total	29.846	45			
a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)						
b. Predictors: (Constant), Pergaulan (X2), Trend Fashion (X1)						

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Dari Tabel 10 diketahui uji F menghasilkan F hitung sebesar 76,718 > F tabel 3,214 (Lampiran 11, $df_1=2$, $df_2=43$, $\alpha=0,05$), dengan nilai signifikansi uji F sebesar $0,000 < 0,05$, maka disimpulkan *trend fashion* dan pergaulan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian. Berdasarkan hasil ini hipotesis ketiga penelitian yang menduga terdapat pengaruh yang signifikan antara *trend fashion* dan pergaulan secara simultan terhadap gaya hidup konsumtif pada mahasiswa dapat diterima (H3 diterima).

Koefisien Determinasi

Berikut adalah koefisien determinasi (R Square) yang dihasilkan regresi antara variabel *trend fashion* dan pergaulan terhadap variabel gaya hidup konsumtif pada mahasiswa responden penelitian:

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.884 ^a	.781	.771
a. Predictors: (Constant), Pergaulan (X2), Trend Fashion (X1)			

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Nilai koefisien determinasi (R Square) yang dihasilkan regresi sebesar 0,781 menunjukkan bahwa kemampuan *trend fashion* dan pergaulan dalam menjelaskan variasi perubahan gaya hidup konsumtif mahasiswi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian adalah sebesar 78,1% dan sisanya 21,9% dijelaskan oleh faktor lain. Dengan kata lain, gaya hidup konsumtif mahasiswi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian dipengaruhi oleh *trend fashion* dan pergaulan sebesar 78,1%, sedangkan sisanya 21,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 12. Nilai Beta dan Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients ^a		
Model	Correlations	
	Partial	r ²
1		
(Constant)		
Trend Fashion (X1)	.611	.373
Pergaulan (X2)	.567	.321
a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)		

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Di antara *trend fashion* dan pergaulan, variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian adalah *trend fashion*, ditunjukkan dengan nilai Beta lebih besar yaitu 0,506 dan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) lebih besar yaitu 0,373 atau 37,3%.

Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian dan analisis yang telah dilakukan, simpulan yang dapat dikemukakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah hasil pengujian pada variabel *trend fashion* dan pergaulan menunjukkan pengaruh positif terhadap gaya hidup konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *trend fashion* yang menghasilkan t hitung sebesar 5,062 > t tabel 2,017 dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 < 0,05, dan dari hasil uji t pada variabel pergaulan menghasilkan t hitung sebesar 4,519 > t tabel 2,017 dengan nilai signifikan uji t sebesar 0,000 < 0,05, maka disimpulkan *trend fashion* dan pergaulan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswi Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan responden penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara bersama atau simultan variabel *trend fashion* dan variabel pergaulan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yang menghasilkan F hitung sebesar 76,718 > F tabel 3,214 dengan nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 < 0,05, maka disimpulkan *trend fashion* dan pergaulan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan responden penelitian.

Daftar Pustaka

Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan

- kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17-27.
- Alfedha, A. (2018). *Implikasi trend fashion bagi mahasiswa jurusan pendidikan agama islam universitas islam negeri raden intan lampung (studi kasus pada mahasiswa pendidikan agama islam)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Anggraini, I. A., Utami, W. D., & Rahma, S. B. (2020). Mengidentifikasi minat bakat siswa sejak usia dini di SD adiwiyata. *Islamika*, 2(1), 161-169. <https://doi.org/10.36088/islamika.v2i1.570>
- Dwiningwarni, S. S., Anjarsari, N. M., & Suhada, S. (2018). Pengaruh desain produk Dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal EBA*, 4(1).
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.
- Hamid, A. M. (2022). Revitalisasi pasar tradisional dalam sudut pandang ekonomi islam. *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 51-68.
- Hidayatun, U. (2015). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*.
- Inayati, A. T. (2019). *Dampak trend hijab terhadap pakaian mahasiswa jurusan kpi angkatan 2015 fakultas dakwah dan ilmu komunikasi universitas islam negeri raden intan lampung*. UIN Raden Intan Lampung.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4).
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Mahdiatari, Z. (2014). *Reception analysis rubrik fashion majalah gogirl! pada mahasiswa*. Universitas Brawijaya.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metode penelitian bisnis dan ekonomi yogyakarta*. Pustaka Baru Press.
- Tenerman, T. (2021). Pola komunikasi badan kenaziran masjid dalam penanggulangan pergaulan bebas di desa hamparan perak. *Warta Dharmawangsa*, 15(3), 331-339.
- Triyaningsih, S. L. (2011). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2).