

Perbedaan Konsumsi Hedonis pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Asal Fakultas

Cut Aya Riadhah, Risana Rachmatan

Universitas Syiah Kuala, Jalan Teuku Nyak Arief Banda Aceh
e-mail: risana.ridwan@gmail.com

Abstract

This research aims to study the difference of hedonic consumption among syiah kuala university students in term of gender and faculties. The technique sampling used were purposive and quota sampling with 360 students consisted of 180 male and 180 female from 12 faculties. The data were collected using hedonic consumption scale constructed by researcher based on Hirschman and Holbrook theory (1982). Coefisien reliability of this research was $(\alpha) = 0,873$. Hypothesis was tested by using Independent Sample T-Test which showed significance value 0,000 ($p < 0,05$) and One Way Anova which showed significance value 0,000 ($p < 0,05$). Result shows that there was different hedonic consumption between male and female students of Unsyiah in which female indicated higher hedonic consumption than male student. Besides, students of dentistry faculty indicated higher hedonic consumption than the other faculties.

Keywords: hedonic consumption, students, gender, Syiah Kuala University

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa Unsyiah ditinjau dari jenis kelamin dan asal fakultas. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive* dan *quota sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 360 mahasiswa yang terdiri dari 180 laki-laki dan 180 perempuan yang ada pada 12 fakultas. Teknik pengumpulan data menggunakan skala konsumsi hedonis yang disusun oleh peneliti. Nilai koefisien reliabilitas penelitian ini adalah $(\alpha) = 0,873$. Uji hipotesis menggunakan *Independent Sample T-Test* yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan *One Way Anova* yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa perempuan dan laki-laki dimana perempuan lebih tinggi konsumsi hedonisnya dibandingkan laki-laki. Selain itu terdapat juga perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa berdasarkan asal fakultas di Unsyiah, yaitu mahasiswa fakultas kedokteran gigi memiliki konsumsi hedonis yang tinggi dibandingkan mahasiswa pada fakultas lainnya.

Kata Kunci: konsumsi hedonis, mahasiswa, jenis kelamin, Universitas Syiah Kuala

Pendahuluan

Mahasiswa menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 60 tahun 1999 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Umumnya mahasiswa di Indonesia berada pada rentang usia 18-22 tahun, pada fase ini mahasiswa dikategorikan kedalam kelompok masa remaja akhir yang akan menuju ke fase dewasa dengan mengalami proses perubahan dan permasalahan dalam pencarian identitas diri (Santrock, 2007; Hurlock, 2009). Nurhisnan dan Agustin

(dalam Nadzir & Ingrianti, 2015) menyatakan bahwa proses pencarian identitas diri pada mahasiswa merupakan periode yang ditandai dengan mencoba berbagai perilaku, nilai dan sifat yang sesuai dengan dirinya. Karakteristik yang dimiliki oleh mahasiswa yang tergolong remaja ini mudah tertarik pada pengaruh media massa, boros, kurang realistis dan impulsif, sehingga bahwa sifat-sifat tersebut cenderung dapat menimbulkan perilaku mahasiswa menjadi hedonis (Munandar, 2001; Gushevinalti, 2010)

Menurut Kunto (1999) hedonisme berasal dari bahasa Yunani *hedone* yang artinya kenikmatan atau kesenangan. Hedonisme terjadi karena adanya perubahan perilaku pada individu dan dapat melahirkan konsumsi berlebihan yang hanya menghendaki kesenangan (Gushevinalti, 2010; Veenhoven, 2003). Konsumsi hedonis didefinisikan sebagai perilaku konsumen yang berkaitan dengan multisensori, fantasi dan emosi dari pengalaman penggunaan produk (Hirschman & Holbrook, 1982).

Implikasi negatif dari konsumsi hedonis diantaranya adalah muncul masalah kesehatan yang diakibatkan oleh konsumsi makanan yang tidak sehat secara berlebihan, kecanduan terhadap produk yang berbahaya seperti alkohol, nikotin bahkan narkoba, munculnya kegiatan prostitusi, serta terlibat hutang hingga korupsi (Mayasari, 2014). Dampak negatif tersebut dikarenakan individu hedonis memuaskan diri dengan mengejar kenikmatan yang bersifat sementara, tidak memikirkan masa depan dan menganggap bahwa kesempatan hanya datang sekali dalam hidup oleh karena itu individu bertindak tanpa memikirkan efek jangka panjang (Gushevinalti, 2010).

Aktivitas konsumsi hedonis yang sering dilakukan berdasarkan survei *Markplus Insight* di Indonesia (dalam Mayasari, 2014) meliputi; *online activity* dengan mencari produk seperti pakaian, elektronik, *handphone*, aksesoris dan kendaraan yang akan dibeli; *traveling destination* dianggap sebagai kebutuhan penting untuk bisa merasakan *prestige* yang berupa perasaan senang, persepsi citra diri dan pengakuan sosial; *entertainment preference* yang dilakukan seperti menonton konser, bioskop dengan fasilitas *premier*; *buying aspiration* dipengaruhi oleh kualitas produk bermerek yang berkelas; mengonsumsi makanan cepat saji, berlemak dan merokok yang dapat menimbulkan masalah kesehatan; *hangout*

activity yang diperlihatkan melalui nongkrong di *mall*, restoran, dan kafe.

Konsumsi hedonis dipengaruhi oleh sejumlah faktor salah satunya jenis kelamin, dimana jenis kelamin memengaruhi keputusan dalam konsumsi hedonis (Mayasari, 2014). Data hasil penelitian yang dilakukan oleh salah satu pusat perbelanjaan terbesar di dunia Westfield, menunjukkan bahwa 41% laki-laki lebih memilih membeli barang yang bermerek dari desainer dengan harga mahal sedangkan perempuan hanya 40% yang membeli barang tersebut (Prasasty, 2013). Mayasari (2014) menyatakan bahwa laki-laki saat ini menganggap penampilan fisik sebagai hal yang penting untuk menunjukkan diri kepada orang lain, karena penampilan menjadi pertimbangan penting dalam keputusan konsumsi sebuah produk. Sementara itu, Munandar (2001) mengungkapkan hal sebaliknya, laki-laki tidak berminat dalam kegiatan berbelanja serta tidak menikmati kegiatan tersebut.

Hasil penelitian terkait konsumsi hedonis yang dilakukan oleh Kirgiz (2014) menunjukkan adanya perbedaan antara konsumen perempuan dan laki-laki dalam berbelanja. Konsumen perempuan melakukan belanja untuk dapat memberikan perasaan yang lebih baik ketika mereka merasa kurang bersemangat dan mengejar tren terbaru, berbeda dengan laki-laki yang melakukan untuk memenuhi kebutuhan fungsionalnya saja. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Onurlubas (2015) menunjukkan bahwa perempuan memiliki kecenderungan konsumsi hedonis lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Konsumsi pada perempuan dilakukan untuk mencapai kesenangan, kenikmatan dan merasa berada di dunia yang berbeda.

Perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa pernah ditinjau berdasarkan penampilan yang berbeda-beda menurut asal fakultasnya. Hal tersebut diberitakan pada Liputan 6 dengan tajuk Beda Fakultas Beda Gaya Berbusana (2012) yang menelaah perbedaan cara berbusana pada

mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) diketahui cenderung lebih bebas dalam berbusana dan mengutamakan penampilan yang terlihat dari gaya berbusana yang *matching*, *stylish* dan *fashionable*, sedangkan mahasiswa Fakultas Teknik menampilkan gaya berbusana yang sederhana, seperti menggunakan celana atau rok bahan dan atasan kemeja untuk kuliah dan pada hari jumat diwajibkan untuk mengenakan pakaian batik.

Perbedaan konsumsi hedonis lainnya pada lingkungan fakultas juga dapat dilihat melalui status sosial ekonomi mahasiswa pada fakultas di Universitas Syiah Kuala (Unsyiah). Status sosial ekonomi mahasiswa pada setiap fakultas dapat dilihat diantaranya melalui data Uang Kuliah Tunggal (UKT). Penetapan UKT oleh Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (Dikti) nomor 272/E1.1/KU/2013 membagi UKT kedalam beberapa golongan sesuai dengan aturan di perguruan tinggi. UKT di Unsyiah digolongkan berdasarkan penghasilan orang tua terdiri dari lima golongan yang meliputi; (1) golongan kurang mampu yang merupakan golongan paling rendah dengan penghasilan orang tua berkisar <Rp 500.000,-, (2) golongan cukup dengan penghasilan berkisar Rp 500.000,- – Rp 1.000.000,-, (3) golongan

menengah dengan penghasilan berkisar Rp 1.000.000,- – Rp 2.000.000,-, (4) golongan mampu berkisar Rp 2.000.000,- – Rp 3.000.000,- dan (5) golongan sangat mampu >Rp 3.000.000,- sesuai dengan pendapatan orang tua mahasiswa (Saifullah, 2014). Berikut data jumlah mahasiswa berdasarkan Uang Kuliah Tunggal (UKT) di Unsyiah terhitung mulai tahun 2013-2015.

Data pada Tabel 1 menunjukkan jumlah mahasiswa dengan golongan yang berbeda-beda pada setiap fakultas yang memperlihatkan adanya perbedaan status sosial ekonomi mahasiswa pada suatu fakultas.

Selanjutnya terkait status sosial ekonomi, Tobing (2015) menyatakan bahwa konsumsi hedonis dipengaruhi oleh anggaran yang dimiliki seperti uang saku bulanan orang tua, beasiswa dan gaji. Pendapatan yang tinggi membuat individu memiliki kemampuan untuk membeli produk dengan jumlah besar dan berkualitas. Individu yang berada pada lingkungan ekonomi yang tinggi dengan memiliki banyak sarana dan prasarana yang mendukung akan lebih leluasa melakukan konsumsi hedonis dikarenakan memiliki pendapatan tinggi dan mampu memenuhi semua kebutuhan utama, sehingga individu cenderung mengalokasikan pendapatan dengan kebutuhan hedonis yang dapat

Tabel 1 Prevalensi Jumlah Mahasiswa berdasarkan UKT Tahun 2013-2015 di Unsyiah

No.	Fakultas	Kurang Mampu	Cukup	Menengah	Mampu	SangatMampu
1.	Ekonomi dan Bisnis (FEB)	25,7	24,7	15,0	31,4	3,3
2.	Kedokteran hewan (FKH)	20,1	24,4	22,9	30,1	2,5
3.	Hukum (FH)	19,1	28,5	15,0	35,3	2,2
4.	Teknik (FT)	18,9	21,1	22,7	32,9	4,4
5.	Pertanian (FP)	32,1	24,4	13,7	28,1	1,7
6.	Kip (FKIP)	41,9	28,7	8,0	20,9	0,5
7.	Kedokteran (FK)	13,3	12,3	34,8	28,1	11,5
8.	Mipa (FMIPA)	28,0	22,3	18,5	29,3	1,9
9.	Ilmu Sosial dan Politik (FISIP)	30,4	32,1	11,3	25,3	0,9
10.	Kelautan dan Perikanan (FKP)	32,1	28,1	10,7	28,5	0,6
11.	Keperawatan (FKEP)	27,5	19,3	16,1	35,7	1,5
12.	Kedokteran Gigi (FKG)	7,4	9,1	39,2	25,0	19,3

Sumber : Data Statistik Unsyiah (2016).

memberikan kesenangan hidup (Sunyoto, 2015; Mayasari, 2014). Oleh karena itu, tingkat konsumsi hedonis yang dipengaruhi oleh pendapatan serta status sosial ekonomi mahasiswa di setiap fakultas dapat berbeda antara satu fakultas dengan fakultas lainnya di Unsyiah.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian komparatif. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif di Unsyiah. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *quota sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Penggunaan *quota-sampling* dalam penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yang diinginkan untuk dijadikan responden dalam penelitian (Idrus, 2009). Sehingga sampel dalam penelitian ini melibatkan 360 mahasiswa dari 12 fakultas di Unsyiah. Setiap fakultas diwakili oleh 15 mahasiswa laki-laki dan 15 mahasiswa perempuan. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini

adalah : a) mahasiswa aktif Unsyiah yang berusia 18 hingga 22 tahun, b) memiliki uang saku \geq Rp 1.000.000, c) bersedia menjadi responden dalam penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala psikologi, yaitu Skala Konsumsi Hedonis. Skala Konsumsi Hedonis dirancang dan disusun oleh peneliti berdasarkan aspek konsumsi hedonis yang dikemukakan oleh Hirshman dan Holbrook berjumlah 25 aitem dengan menggunakan skala model likert yang terdiridari 4 jawaban (respon).

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian dianalisis menggunakan teknik *Independent*

Sample T-Test dengan menggunakan program *SPSS versi 20.0 for Windows*.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Deskripsi Subjek Penelitian

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa tempat tinggal mayoritas mahasiswa perempuan bertempat tinggal di kos, yaitu sebanyak 100 mahasiswa (55,6%), begitu juga dengan laki-laki lebih banyak yang tinggal di kos yaitu sebanyak 82 mahasiswa (45,6%). Selanjutnya, uang saku mahasiswa sebagian besar ialah Rp 1.000.000,- Rp 1.500.000,- terdiri dari 94 mahasiswa perempuan (52,5%) dan 101 mahasiswa laki-laki(56,1%).

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa aktivitas yang sering dilakukan oleh mahasiswa perempuan dalam enam bulan terakhir diantaranya menghabiskan waktu di kafe dengan frekuensi paling banyak 1-3 kali perbulan sebanyak 87 mahasiswa (48,3%), selanjutnya berbelanja dengan frekuensi paling banyak 1-3 kali perbulan sebanyak 120 mahasiswa (66,7%) dan traveling dengan frekuensi paling banyak 1-3 kali pertahun sebanyak 80 mahasiswa (44,4%). Sedangkan pada mahasiswa laki-laki aktivitas yang sering dilakukan dalam enam bulan terakhir yaitu menghabiskan waktu di kafe dengan frekuensi paling banyak >7 kali perbulan sebanyak 73 mahasiswa (40,6%), Selanjutnya berbelanja dengan frekuensi paling banyak 1-3 kali perbulan sebanyak 130 mahasiswa (72,2%) dan traveling frekuensi paling banyak 1-3 kali pertahun sebanyak 56 mahasiswa (31,1%).

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan barang yang sering dibeli oleh mahasiswa laki-laki dalam 6 bulan terakhir yaitu kebutuhan harian sebanyak 106 mahasiswa (58,8%). Sedangkan mahasiswa perempuan memilih produk fashion sebagai barang yang sering dibeli dipilih oleh 94 mahasiswa (52,2%).

Berdasarkan data demografi pada tabel 5, alasan mahasiswa perempuan melakukan aktivitas untuk mencari hiburan sebanyak

98 mahasiswa (54,4%). Sedangkan mahasiswa laki-laki melakukan beberapa aktivitas karena kebutuhan sebanyak 103 mahasiswa (57,22%).

Deskripsi Data Konsumsi Hedonis

Berdasarkan hasil statistik data penelitian, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 25 dan jawaban maksimal 100. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 62,5 dan simpangan baku 12,5. Data deskriptif di atas dapat digunakan untuk membagi pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang dan tinggi.

Pembagian kategori sampel yang digunakan peneliti adalah kategorisasi berdasar model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Menurut

Azwar (2013) kategorisasi jenjang (ordinal) merupakan kategorisasi yang menempatkan individu kedalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur.

Reliabilitas penelitian. Koefisien reliabilitas pada penelitian menunjukkan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,873. Berdasarkan nilai koefisien reliabilitas penelitian, maka reliabilitas skala Konsumsi Hedonis tergolong baik dan reliabel. Hal ini didukung oleh pernyataan Azwar (2013) yang menyatakan bahwa koefisien reliabilitas yang semakin mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, sehingga nilai reliabilitas pada skala Konsumsi Hedonis ini dinilai merupakan alat ukur yang reliabel.

Tabel 2 Data Demografi Subjek Penelitian

Deskripsi Subjek	Perempuan		Laki-laki	
	Jumlah	Presentase (%)	Jumlah	Presentase (%)
Jumlah sampel	180	50	180	50
Tempat Tinggal				
Kos/ rumah sewa	100	55,6*	82	45,6*
Orang tua	71	39,4	71	39,4
Saudara	8	4,4	22	12,2
Lainnya	1	0,6	5	2,8
Uang Saku				
Rp 1.000.000,- -Rp 1.500.000,-	94	52,2*	101	56,1*
Rp 1.500.000,- -Rp 2.000.000,-	47	26,1	53	29,4
Rp 2.000.000,- -Rp 2.500.000,-	19	10,6	21	11,7
Rp 2.500.000,- -Rp 3.000.000,-	13	7,2	2	1,1
>Rp 3.500.000,-	7	3,9	3	1,7

Tabel 3 Deskripsi Subjek Penelitian

Aktivitas yang sering dilakukan	Perempuan		Laki-laki	
	Jumlah	Presentase (%)	Jumlah	Presentase (%)
Menghabiskan waktu di kafe				
1-3kali/bulan	87	48,3*	58	32,2
4-6 kali/bulan	59	32,8	49	27,2
>7kali/bulan	34	18,9	73	40,6*
Berbelanja				
1-3kali/bulan	120	66,7*	130	72,2*
4-6 kali/bulan	36	20	18	10
>7kali/bulan	11	6,1	4	2,2
Traveling				
1-3kali/tahun	80	44,4*	56	31,1*
4-6 kali/tahun	16	8,9	8	4,4
>7kali/tahun	1	0,6	1	0,6

Keterangan:

Tanda * menunjukkan pilihan dengan jumlah terbanyak.

Tabel 4 Deskripsi Subjek Penelitian

Barang yang sering dibeli	Perempuan		Laki-laki	
	Jumlah	Presentase (%)	Jumlah	Presentase (%)
Kebutuhan Harian	63	35	106	58,8*
Fashion	94	52,2*	12	6,7
Elektronik	4	2,2	3	1,7
Gadget	3	1,6	2	1,1
Automotif dan Aksesoris	2	1,1	12	6,7
Lainnya	1	0,5	-	

Keterangan:

Tanda * menunjukkan pilihan dengan jumlah terbanyak.

Tabel 5 Deskripsi Subjek Penelitian

Alasan melakukan aktivitas	Perempuan		Laki-laki	
	Jumlah	Presentase (%)	Jumlah	Presentase (%)
Kebutuhan	62	34,4	103	57,22*
Mencari Hiburan	98	54,4*	61	33,89
Gaya Hidup	37	20,6	27	15
Mencari Sensasi	25	13,9	5	2,78
Mencoba Hal Baru	41	22,8	11	6,11
Lainnya	3	1,7	4	2,22

Keterangan:

Tanda * menunjukkan pilihan dengan jumlah terbanyak.

Tabel 6. Deskripsi Data Penelitian Variabel Konsumsi Hedonis

Konsumsi Hedonis	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Perempuan	100	25	62,5	12,5	94	37	55,06	9,721
Laki-laki	100	25	62,5	12,5	72	27	48,77	9,056
Total	100	25	62,5	12,5	94	27	51,91	9,895

Tabel 7. Kategorisasi Konsumsi Hedonis Pada Mahasiswa Perempuan dan Laki-laki

Skor	Kategori	Jumlah	Jumlah		Persentase (%)	
			Perempuan	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki
$X < 50$	Rendah	158	59	99*	32,8	55
$50 \leq X < 75$	Sedang	198*	117*	81	65	45
$X > 75$	Tinggi	4	4	-	2,2	-

Tabel 8. Kategorisasi Konsumsi Hedonis Pada Mahasiswa Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Kategorisasi			Persentase(%)		
	Tinggi	Sedang	Rendah	Tinggi	Sedang	Rendah
FEB	-	26	4		86,6	13,3
FKH		16	14		53,3	46,7
FH		19	11		63,3	36,7
FT		21	9		70	30
FP		15	15		50	50
FKIP		13	17		43,3	56,7
FK	2	23	5	6,6	76,6	16,7
FMIPA		12	18		40	60
FISIP		8	22		26,7	73,3
FKP		9	21		30	70
FKEP		13	17		43,3	56,7
FKG	2	23	5	6,6	76,7	16,7

Uji asumsi. Hasil uji asumsi menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan homogen. Hal tersebut dilihat dari hasil analisis variabel Konsumsi Hedonis diperoleh hasil K-S $Z=1,179$ $p=0,1249$. Hasil uji homogenitas berdasarkan jenis kelamin menunjukkan nilai signifikansi $0,816$ ($p=0,816 > 0,05$) dan berdasarkan fakultas) menunjukkan nilai signifikansi $0,068$ ($p=0,068 > 0,05$).

Uji hipotesis. Hasil uji hipotesis berdasarkan jenis kelamin menunjukkan nilai signifikansi $p=0,000$ ($p < 0,05$) dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($6,345 > 1,98$) dan berdasarkan fakultas menunjukkan ($9,710 > 1,98$) yang berarti bahwa terdapat perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa perempuan dan laki-laki dan terdapat perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa setiap fakultas di Unsyiah.

Diskusi

Hasil analisis uji statistik *Independent sample t-test* yang diperoleh menunjukkan nilai signifikansi $\rho=0,000$ ($\rho > 0,05$), dimana hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, artinya terdapat perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa laki-laki dan perempuan di Unsyiah. Hasil penelitian ini menunjukkan mahasiswa perempuan

memiliki konsumsi hedonis yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa laki-laki.

Beberapa penelitian yang mendukung hasil penelitian ini, yaitu diantaranya yang dikemukakan oleh Tifferet dan Herstain (2012) yang menyatakan perempuan memiliki konsumsi hedonis yang lebih tinggi daripada laki-laki karena perempuan mengutamakan suasana, tempat dan waktu yang terbaik untuk melakukan aktivitasnya sedangkan laki-laki hanya melakukan aktivitas untuk memenuhi kebutuhannya saja. Dittmar, Beatie dan Friese (1996) menyatakan bahwa konsumsi hedonis pada perempuan lebih tinggi, karena perempuan melakukan konsumsi untuk identitas sosial, terutama saat berbelanja yang dilakukan untuk memenuhi aspek emosi dengan memperhatikan nilai-nilai estetika, sedangkan laki-laki melakukan konsumsi untuk identitas diri terutama ketika berbelanja laki-laki hanya membeli sesuatu sesuai yang dibutuhkan dengan memperhatikan nilai fungsinya. Menurut Kocak (2013) laki-laki memiliki konsumsi hedonis yang rendah, umumnya dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya dengan menghemat uang dan waktu, berbeda dengan perempuan yang sangat memperhatikan *fashion, traveling* dan lingkungan sosial dalam konsumsinya.

Berdasarkan kategorisasi dalam penelitian ini, didapatkan bahwa mahasiswa yang memperoleh skor ≥ 75

dikategorikan memiliki konsumsi hedonis tinggi, mahasiswa yang memperoleh skor ≤ 50 dikategorikan memiliki konsumsi hedonis yang rendah, sementara mahasiswa dengan rentang skor 50-75 dikategorikan sedang. Berdasarkan kategorisasi tersebut didapatkan bahwa terdapat 2,2% mahasiswa perempuan yang termasuk dalam kategori tingkat konsumsi hedonis yang tinggi sedangkan pada mahasiswa laki-laki tidak memiliki konsumsi hedonis tinggi, 65% mahasiswa perempuan dan 45% mahasiswa laki-laki termasuk kategori sedang dan 32,8% mahasiswa perempuan dan 55% mahasiswa laki-laki termasuk dalam kategorisasi tingkat konsumsi hedonis rendah.

Hasil kategorisasi yang tersebut di atas menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa perempuan Unsyiah memiliki konsumsi hedonis yang sedang, sedangkan mahasiswa laki-laki memiliki konsumsi hedonis yang rendah. Pembagian kategori konsumsi hedonis ini mengacu pada pendapat Hirschman (dalam Spangenberg, Voss dan Crowley, 1997) yang menyebutkan konsumsi hedonis dikategorikan ke dalam kategori tinggi, sedang dan rendah. Lebih lanjut dijelaskan bahwa individu yang memiliki konsumsi hedonis tinggi mencari sesuatu yang unik, mengikuti tren, dan mengutamakan pelayanan dalam konsumsinya untuk dapat menunjukkan simbol status dalam kelompok referensi. Kemudian individu dengan konsumsi hedonis sedang, melakukan konsumsi yang dipengaruhi oleh multisensori. Sedangkan individu dengan konsumsi hedonis rendah akan mengutamakan pemikiran-pemikiran rasionalnya dalam mengonsumsi. Mahasiswa dalam penelitian ini secara keseluruhan berada pada kategori sedang yang cenderung tinggi, ditunjukkan dengan aktivitas konsumsi hedonis yang dilakukan berdasarkan multisensori, pemikiran rasional dan kesenangan.

Konsumsi hedonis yang sedang dan rendah dapat dipengaruhi oleh budaya,

sosial, dan kepribadian (Kirgiz, 2014). Sedang dan rendahnya konsumsi hedonis pada sampel penelitian juga dapat dikaitkan dengan beberapa hasil data analisis demografi salah satunya yaitu uang saku. Pada penelitian ini uang saku mahasiswa Unsyiah yang berada pada kategori Rp 1.000.000,- - Rp 1.500.000,- sebanyak 94 (52,2%) mahasiswa perempuan dan 101 (56,1%) mahasiswa laki-laki, selebihnya uang saku sebesar $>Rp 3.500.000,-$ yang dimiliki oleh 7 mahasiswa perempuan dan 3 mahasiswa laki-laki. Hal ini menunjukkan uang saku yang dimiliki mahasiswa dalam penelitian ini sedikit banyaknya dapat memengaruhi kategorisasi konsumsi seseorang, dimana semakin tinggi uang saku individu, membuat individu lebih ingin membelanjakan uangnya untuk keperluan *non-primer* seperti mencari hiburan, membeli barang mewah dan rekreasi (Ariadi, Malelak & Asturi, 2015).

Selain itu, faktor tempat tinggal juga memengaruhi rendahnya konsumsi hedonis, hasil penelitian ini menunjukkan sebanyak 55,6% mahasiswa perempuan dan 45,6% mahasiswa laki-laki tinggal di kos atau rumah sewa, kemudian terdapat 39,4% mahasiswa perempuan dan 39,4% mahasiswa laki-laki tinggal bersama orang tua. Mayoritas mahasiswa dalam penelitian ini tinggal tinggal di kos atau rumah sewa hal ini memengaruhi rendahnya konsumsi hedonis, karena menurut Tobing (2015) mahasiswa perantauan yang tinggal di kos dan jauh dari keluarga, memiliki pola konsumsi hedonis yang lebih rendah daripada yang tinggal di bersama orang tua, hal ini disebabkan mahasiswa yang tinggal di kos harus mengeluarkan biaya-biaya rutin seperti pangan, listrik, transportasi dan perlengkapan sehari-hari lainnya.

Berdasarkan aktivitas rutin yang dilakukan mahasiswa merujuk pada hasil demografi menunjukkan kegiatan yang berupa menghabiskan waktu di kafe yang dilakukan oleh 48,3% mahasiswa perempuan dengan frekuensi sebanyak 1-3

kali perbulan, sedangkan 40,6%, dari mahasiswa laki-laki melakukannya lebih dari 7 kali perbulan. Perbedaan aktivitas belanja ditunjukkan sebanyak 20% mahasiswa perempuan dan 10% mahasiswa laki-laki berbelanja sebanyak 4-6 kali perbulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki frekuensi belanja yang lebih tinggi dari laki-laki, sesuai dengan pendapat Coley dan Burgess (2003) yang menyatakan bahwa perempuan lebih sering berbelanja daripada laki-laki.

Berdasarkan alasan melakukan aktivitas konsumsi, mayoritas mahasiswa perempuan beralasan untuk mencari hiburan sebesar 54,4%, sedangkan mahasiswa laki-laki melakukan konsumsi didominasi alasan untuk kebutuhan sebesar 57,2%. Hal ini menunjukkan perbedaan motif antara laki-laki dan perempuan. Coley dan Burgerss (2003) menyatakan bahwa perempuan melakukan aktivitas konsumsi untuk memperbaiki mood, menghilangkan stres, dan segala alasan berbelanja yang melibatkan afektif. Alasan yang dimiliki individu dalam melakukan aktivitas seperti meningkatkan semangat, merasakan kebebasan, pemenuhan fantasi dan pelarian dari masalah merupakan indikasi dari konsumsi hedonis (Lim & Cyr, 2009).

Hipotesis kedua, dilakukan dengan uji statistik *one way anova*, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa antar fakultas. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji statistik dari nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua dari penelitian ini diterima. Fakultas yang memiliki konsumsi hedonis yang tinggi diantaranya adalah FKG, diikuti oleh FK, FEB, FT, FH, FKH, FKEP, FP, FMIPA, FKIP, FISIP dan FKP. Menurut Guler (2014) konsumsi individu dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dimilikinya, beberapa individu melihat produk dengan simbol yang berbeda terutama individu yang tinggal di lingkungan yang materialistis,

perbedaan konsumsi hedonis antar fakultas ini dipengaruhi oleh budaya yang ada dalam lingkungan tersebut yang berbeda-beda seperti gaya berbusana, perilaku, religiusitas dan gaya hidup .

Faktor lainnya yang membedakan konsumsi hedonis menurut Wuragian, Engka dan Sumual (2015) ialah perbedaan status sosial ekonomi yang mampu dan yang belum mampu atau antara daerah maju dengan daerah berkembang. Pengeluaran konsumsi masyarakat yang belum mampu biasanya didominasi oleh konsumsi kebutuhan pokok atau kebutuhan *primer* (kebutuhan makanan), sedangkan pola konsumsi masyarakat yang sudah mampu cenderung lebih banyak teralokasi kedalam kebutuhan sekunder atau bahkan tersier (kebutuhan non makanan atau hiburan).

Kategorisasi berdasarkan fakultas didapatkan bahwa konsumsi hedonis yang tinggi terdapat pada mahasiswa FK sebesar 6,6% dan 6,6% mahasiswa FKG; Kemudian kategori konsumsi hedonis yang sedang ditunjukkan pada mahasiswa FEB sebesar 86,6%, disusul dengan mahasiswa yang berasal dari FK dan FKG sama-sama sebanyak 76,6% mahasiswa, kemudian 70% dari mahasiswa FT, 63,3% pada mahasiswa FH, 53,3% pada mahasiswa FKH, 50% pada mahasiswa FP, 43,3% pada mahasiswa FKEP, 43,3% pada mahasiswa FKIP, 40% pada mahasiswa FMIPA, 30% pada mahasiswa FKP, dan 26,7% pada mahasiswa FISIP; Selebihnya 73,3% mahasiswa FISIP, 70% mahasiswa FKP, 60% mahasiswa FMIPA 56,7% mahasiswa FKEP, 56,7% mahasiswa FKIP, 50% mahasiswa FP, 46,7% mahasiswa FKH, 36,7% mahasiswa FH, 30% mahasiswa FT, 16,7% mahasiswa FKG, 16,7% mahasiswa FK dan 13,3% mahasiswa FEB termasuk ke dalam kategori konsumsi hedonis yang rendah.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan konsumsi hedonis pada mahasiswa laki-laki dan perempuan, dan terdapat perbedaan konsumsi hedonis di setiap fakultas. Selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan memiliki konsumsi hedonis cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Fakultas yang memiliki tingkat konsumsi hedonis tertinggi ialah Fakultas Kedokteran Gigi yang kemudian disusul oleh Fakultas Kedokteran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Teknik, Fakultas Hukum, Fakultas Kedokteran Hewan, Fakultas Pertanian, Fakultas Keperawatan, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pengetahuan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan Fakultas Kelautan dan Perikanan.

Saran

Kepada mahasiswa laki-laki dan perempuan. Mahasiswa sebaiknya dapat menetapkan skala prioritas dengan membuat daftar pembelian suatu produk yang dianggap paling penting, sesuai dengan kebutuhan yang harus dipenuhi dan membawa uang yang secukupnya agar tidak melakukan pembelian yang tidak diperlukan. Mahasiswa harus sadar terhadap tujuan pemasar yang memanipulasi suasana hati konsumen untuk memengaruhi keputusan pembelian

Kepada peneliti selanjutnya. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menyertakan keterlibatan produk dalam konsumsi secara spesifik serta mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi konsumsi hedonis, seperti religiusitas, kepribadian, kelas sosial dan sebagainya. Konsumsi Hedonis diharapkan juga dapat diteliti lintas budaya seperti etnis Tionghoa dan Aceh yang

membuat penelitian menjadi menarik. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti konsumsi hedonis, seperti kualitatif yang dilakukan dengan wawancara mendalam dengan responden sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

Daftar Pustaka

- Ariadi, R., Malelak, M.I., Astuti, D. (2015). Analisa hubungan *financial literacy* dan demografi dengan investasi, *saving* dan konsumsi. *FINESTA*, 3(1), 7-12.
- Azwar, S. (2013). *Penyusunan skala psikologi* (edisi kedua). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Coley, A., & Burgerss. (2003). Gender difference in cognitive and affective impulse buying. *Journal of fashion Marketing and Management*, 7(3), 282-295.
- Dittmar, H., Beatie, J., & Friese, S. (1996). Objects decision considerations and self images in men's and women's impulse purchases. *Acta Psychologica*, 21(4), 12-21.
- Guler, Y.B. (2014) Values and hedonic consumption behavior: A field research in Kirikkale. *Asian Journal of Emperical Research*, 4(3), 159-171.
- Gushevinalti. (2010). Telaah kritis perspektif Jean Baudrillard pada perilaku hedonisme remaja. *Jurnal IDEA*, 4(15), 45-59.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods, and propositions. *Journal of Marketing*, 46 (3), 92-101.
- Idrus, M. (2009). *Metode penelitian ilmu sosial: Pendekatan kualitatif dankuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Kirgiz, A. (2014). Hedonism, a consumer disease of the modern age: gender and hedonic shopping in Turkey. *Global Media Journal*, 4(8), 200-212.

- Kocak, A. (2013). The effect of hedonic shopping values and price in different age, gender and income group for mobile phone. *Thesis. Bahcesehir University*.
- Kunto. (1999). *Remaja tentang hedonisme: kecil bahagia, muda foya-foya tua kaya raya, mati masuk surga*. Yogyakarta: PT. Kaninus.
- Liputan6. (2012). Beda Fakultas beda Gaya Busana. Diakses pada tanggal 6 Februari 2016.melalui<http://liputan6.com/read/384505/beda-fakultas-beda-gaya-berbusana>
- Lim, E.T., & Cyr, D. (2009). Modeling hedonic consumption behaviors in online shopping. *SIGHCI Proseedings*, Paper 4.
- Mayasari, I. (2014). *Perilaku hedonis: pandangan teoritis dan praktis*. Jakarta: Nulisbuku.
- Munandar, A.S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta : UI-Press.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychology Meaning of money dengan Gaya hidup Hedonis Remaja di kota Malang. *Seminar Psychology & Kemanusiaan Psychology*, ISSN: 978-979-796-324-8.
- Onurlubas,E. (2015). Determining the factor that affect hedonic consumption. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkic*, 10 (15), 681-696. doi:10.7827.
- Saifullah. (2014). Antara Realita dan - Harapan Mahasiswa Jantong Hatee Rakyat Aceh.Diakses pada tanggal 25 April 2016 melalui <http://detak-unsyiah.com/opini/antara-realita-dan-harapan-mahasiswa-jantong-hatee-rakyat-aceh.html>.
- Santrock. (2007). *Perkembangan remaja jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Spangenberg, E.R., Voss, K. E., & Crowley, A.E. (1997). Measuring the Hedonic and Utilitarian Dimensions of Attitude: a Generally Applicable Scale. *Advances in Consumer Research*, 24, 235-241.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran..*Jakarta: Caps (Center of Academic publishing Serice).
- Wuragian, F.D., Engka, D., & Sumual, J. (2015). Analisis pola konsumsi fakultas ekonomi & bisnis universitas samratulangi yang kost di kota manado. *Naskah Publikasi*. Manado.
- Tifferet, S., & Herstein, R. (2012). Gender differences in brand commitment, impulse buying, and hedonic consumption. *Journal of Product & Brand Management*, 21(3), 176-182.
- Tobing, D. R., & Ashar, K. (2015). Analisis hubungan pendapatan dengan perilaku konsumsi mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya).*Jurnal Ilmiah*.
- Veenhoven, R. (2003). Hedonism and happiness. *Journal of Happiness Studies*. 4, 437-457.

