

Nama : Nur Ayu Dila

NPM : 2313031055

Kelas : B

Mata Kuliah : Metodologi Penelitian Pendidikan Ekonomi

Landasan Teori, Kerangka Pikir, dan Hipotesis Penelitian

Judul Penelitian: Pengaruh Perilaku Shopaholic dan lingkungan sebaya terhadap gaya hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

A. Landasan Teori

1. Perilaku Shopaholic

Perilaku shopaholic merupakan bentuk perilaku konsumtif yang ditandai dengan kecenderungan individu untuk berbelanja secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Menurut Arbaini (2017), istilah shopaholic berasal dari kata *shop* (berbelanja) dan *aholic* (kecanduan), yang menggambarkan seseorang yang tidak mampu menahan keinginan untuk berbelanja meskipun barang yang dibeli tidak selalu dibutuhkan. Fenomena ini sering kali muncul pada kalangan mahasiswa yang memiliki keinginan tinggi untuk mengikuti tren mode dan gaya hidup modern, sehingga aktivitas belanja menjadi sarana untuk menunjukkan identitas serta eksistensi diri di lingkungan sosial.

Menurut Jehamat dkk (2024), perilaku shopaholic berkaitan erat dengan konsep habitus dalam teori Pierre Bourdieu, di mana pola konsumsi yang berlebihan terbentuk melalui kebiasaan sosial, budaya, serta pengaruh lingkungan digital. Mahasiswa yang terpapar budaya konsumtif di media sosial cenderung menjadikan aktivitas belanja sebagai bagian dari gaya hidup yang melekat pada identitas mereka. Dalam konteks ini, perilaku shopaholic tidak hanya dipahami sebagai perilaku ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi sosial dan simbolik dalam budaya konsumen modern.

Menurut hasil penelitian dalam Kurniawan dkk (2024), perilaku shopaholic muncul karena adanya dorongan psikologis dan sosial yang kuat seperti kebutuhan untuk diakui, pengaruh teman sebaya, serta rendahnya kontrol diri dalam pengelolaan keuangan. Perilaku ini dipicu oleh kemudahan akses belanja online, promosi media sosial, dan tren konsumsi yang terus berubah, sehingga mendorong individu untuk terus membeli barang demi menjaga citra diri dan status sosial.

Perilaku shopaholic dapat menyebabkan dampak negatif tidak hanya pada aspek ekonomi tetapi juga psikologis dan sosial. Individu yang terjebak dalam perilaku belanja kompulsif cenderung mengalami stres, rasa bersalah, bahkan kehilangan kendali terhadap pengelolaan keuangannya. Hal ini mencerminkan ketidakseimbangan antara kebutuhan dan keinginan serta menunjukkan adanya pengaruh kuat dari budaya konsumtif masyarakat modern yang menjadikan kepemilikan barang sebagai ukuran nilai diri (Ruzadi & Arifin, 2020).

2. Lingkungan Sebaya

Menurut Lestari dkk (2021), lingkungan sebaya merupakan kelompok individu yang memiliki kesamaan usia, status sosial, dan aktivitas, yang berperan penting dalam membentuk perilaku seseorang melalui interaksi sosial yang intens. Dalam konteks remaja dan mahasiswa, lingkungan sebaya sering menjadi sumber pengaruh terbesar karena individu pada tahap ini cenderung mencari penerimaan dan pengakuan dari kelompoknya. Pengaruh tersebut dapat terlihat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara berpakaian, gaya hidup, hingga kebiasaan berbelanja, di mana seseorang sering menyesuaikan perilakunya agar dapat diterima di lingkungannya.

Menurut Jumadi dkk (2013), lingkungan sebaya atau kelompok teman memiliki pengaruh signifikan terhadap minat individu karena mereka merupakan kelompok dengan kesamaan usia atau aktivitas yang intens berinteraksi, sehingga menjadi sumber norma sosial dan perbandingan yang kuat dalam pembentukan sikap dan perilaku. Dalam konteks mahasiswa, teman sebaya seringkali mendorong individu untuk menyesuaikan perilakunya agar diterima atau diakui dalam kelompoknya.

Selain itu, Melinda dkk (2024) menjelaskan bahwa pengaruh lingkungan sebaya dapat bersifat positif maupun negatif tergantung pada nilai-nilai yang berkembang di dalam kelompok tersebut. Apabila teman sebaya memiliki kebiasaan positif seperti mengelola keuangan dengan baik, menabung, atau berbelanja seperlunya, maka individu akan terdorong untuk meniru perilaku tersebut. Sebaliknya, apabila lingkungan pertemanan didominasi oleh perilaku konsumtif dan orientasi pada tren, individu berpotensi terbawa pada perilaku negatif seperti shopaholic atau konsumsi berlebihan demi menjaga citra dan penerimaan sosial.

3. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola perilaku, aktivitas, minat, dan opini seseorang yang mencerminkan bagaimana individu menjalani kehidupan sehari-harinya. Menurut Kotler dan Keller (2016), gaya hidup menggambarkan cara seseorang hidup berdasarkan pola aktivitas, minat, dan opini yang menunjukkan nilai serta pandangan hidupnya. Dalam konteks mahasiswa, gaya hidup mencerminkan bagaimana mereka mengekspresikan diri, menyesuaikan diri dengan lingkungan kampus, serta membangun identitas sosial di tengah perubahan budaya dan teknologi yang cepat. Gaya hidup mahasiswa sering kali menjadi simbol status dan ekspresi jati diri di lingkungan sosial mereka.

Sumarwan (2018) menjelaskan bahwa gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan pola konsumsi, tetapi juga merupakan bentuk ekspresi diri dan cara individu membedakan dirinya dari orang lain. Setiap keputusan konsumsi yang diambil, baik dalam hal pemilihan barang, tempat hiburan, hingga gaya berpakaian, merupakan bagian dari representasi gaya hidup yang ingin ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai dengan perkembangan sosial, ekonomi, maupun tren yang sedang populer di masyarakat.

Menurut Setiadi (2019), gaya hidup juga dipengaruhi oleh faktor internal seperti kepribadian, motivasi, dan persepsi, serta faktor eksternal seperti kelompok referensi, keluarga, dan media massa. Dalam era modern, media sosial menjadi salah satu faktor dominan yang membentuk gaya hidup masyarakat, terutama kalangan muda. Melalui media, individu mendapatkan berbagai referensi gaya hidup baru yang sering kali mendorong perilaku konsumtif demi menjaga citra diri dan memperoleh pengakuan sosial.

Sementara itu, Herlina dan Wahyuni (2022) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki hubungan erat dengan perilaku konsumsi, di mana seseorang cenderung menyesuaikan pola konsumsi dengan citra diri yang ingin ditampilkan. Mahasiswa, misalnya, sering kali mengikuti tren tertentu dalam berpakaian, makanan, atau teknologi sebagai bentuk pencitraan diri dan upaya untuk diterima dalam lingkungan sosialnya. Dengan demikian, gaya hidup tidak hanya sekadar kebiasaan, tetapi juga merupakan simbol sosial yang mencerminkan nilai, status, dan identitas seseorang di tengah masyarakat.

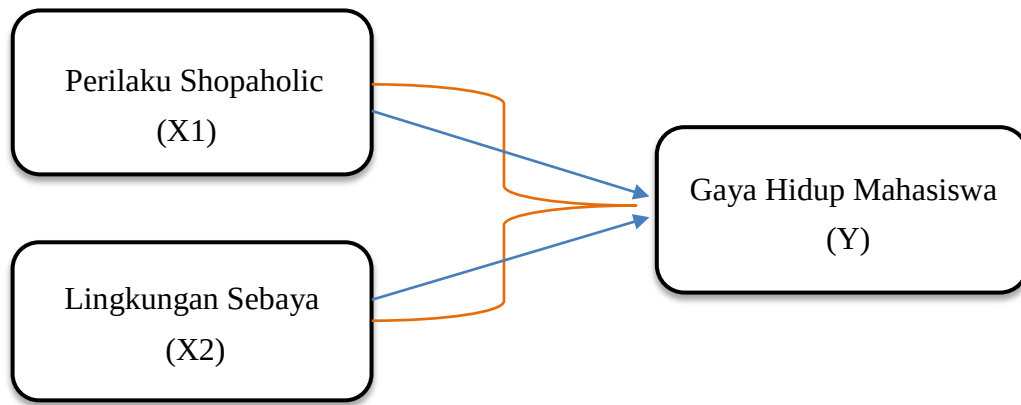
B. Kerangka Pikir

Mahasiswa sebagai kelompok usia muda berada pada tahap perkembangan di mana pencarian identitas diri dan penerimaan sosial menjadi hal penting. Dalam konteks ini, gaya hidup mahasiswa terbentuk dari berbagai faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi cara mereka berperilaku, berpakaian, berbelanja, serta berinteraksi di lingkungan sosial. Dua faktor utama yang diduga berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa adalah perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya.

Perilaku shopaholic mencerminkan kecenderungan individu untuk berbelanja secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Mahasiswa yang mengalami kecenderungan shopaholic sering kali menggunakan aktivitas belanja sebagai sarana untuk menunjukkan status sosial, mengikuti tren, dan memperoleh pengakuan diri. Dorongan psikologis seperti keinginan untuk diakui, serta paparan media sosial yang menampilkan gaya hidup konsumtif, dapat memperkuat perilaku tersebut. Dengan demikian, perilaku shopaholic berpotensi memengaruhi gaya hidup mahasiswa menjadi lebih konsumtif dan berorientasi pada simbol material.

Sementara itu, lingkungan sebaya juga memiliki peran penting dalam membentuk gaya hidup mahasiswa. Teman sebaya sering menjadi kelompok referensi yang memengaruhi keputusan seseorang dalam berpakaian, berbelanja, dan mengikuti tren. Ketika individu berinteraksi dengan kelompok teman yang memiliki kecenderungan konsumtif, maka kemungkinan besar ia akan meniru perilaku tersebut demi menjaga penerimaan sosial. Sebaliknya, lingkungan sebaya yang memiliki nilai positif dan pengendalian diri yang baik dapat mendorong gaya hidup yang lebih rasional dan seimbang.

Melalui keterkaitan antara perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya, dapat digambarkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa, baik secara langsung maupun tidak langsung. Mahasiswa dengan tingkat kecenderungan shopaholic yang tinggi serta berada di lingkungan teman yang konsumtif cenderung memiliki gaya hidup yang berorientasi pada tren dan simbol sosial. Sebaliknya, pengendalian diri dalam berbelanja serta dukungan dari lingkungan sosial yang positif dapat membentuk gaya hidup yang lebih sederhana, rasional, dan fungsional.



C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pikir yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. H₁: Perilaku shopaholic berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
2. H₂: Lingkungan sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. H₃: Perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.