

PENGARUH TREND FASHION, PERUBAHAN MODEL, PERUBAHAN TEKNOLOGI, PERUBAHAN SOSIAL BUDAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS BUNG HATTA

Fuja Despranda¹, Nurul Huda²

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: fdespranda@gmail.com, nurulhuda1326@gmail.com

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan para pemuda remaja yang usianya sudah mulai memasuki pada tahap dewasa awal. Seorang mahasiswa sebaiknya mengisi waktu dengan menambah pengetahuan, keahlian, serta mengisi hari-hari mereka dengan kegiatan bermanfaat sehingga memiliki orientasi ke masa depan sebagai seorang manusia yang bermanfaat. Akan tetapi dengan perkembangan zaman saat ini kehidupan di kampus telah membentuk gaya hidup yang menjadi khas atau unik di kalangan mahasiswa, selain itu juga berdampak pada perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat tiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumsi. Seperti penelitian yang dilakukan di Istanbul bahwa 41,2% perilaku konsumtif tertinggi adalah kelompok mahasiswa, dibandingkan dengan pekerja yaitu 33,2% dan ibu rumah tangga yaitu 13%.

Standarisasi pengguna fashion di Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta tidak jauh berbeda dengan standar penggunaan pada umumnya, ketika fashion para mahasiswi telah menjulurkan fashionnya hingga menutupi dada maka sudah memenuhi standar penggunaan fashion itu sendiri. Namun, jika dilihat dari sisi ekonomi fashion jenis ini dibandrol dengan harga yang terbilang cukup mahal dibandingkan dengan harga fashion pada umumnya. Ini sudah mengindikasikan adanya perilaku pemborosan dari kalangan mahasiswa yang ingin mengikuti trend. Tentunya ini tidak baik bagi para mahasiswi yang berasal dari keluarga yang kurang mampu, dimana uang yang seharusnya bisa dimanfaatkan untuk membeli buku harus mereka potong untuk membeli hijab tersebut.

METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Angkatan 2019-2022.

2. Desain Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2019) metode kuantitatif adalah metode yang

berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh Trend Fashion (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel 15., menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Trend Fashion (X1) dengan nilai signifikan $0.520 > 0,050$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti Trend Fashion (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel X1 terhadap Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang menjadi populasi pada penelitian ini tidak terlalu mengikuti trend fashion yang ada. Disebabkan karena banyaknya kebutuhan menjadikan seseorang untuk tidak selalu mengikuti trend yang sedang berkembang pada saat itu.

b. Pengaruh Perubahan Model (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel 15., menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Perubahan Model (X2) dengan nilai signifikan $0.058 > 0,050$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti Perubahan Model (X2) secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Produk – produk fashion pada masa sekarang ini memiliki banyak model dan menarik perhatian para pembeli. Mulai dari jenis pakaian, tas, sepatu, alat make up, dan lainnya. Selain model dan warna yang menarik, harga produk fashion sekarang terjangkau sehingga masyarakat khususnya mahasiswa yang mana mereka memiliki keinginan untuk mengikuti

“mode” mudah untuk membeli produk – produk fashion tersebut dengan uang jajan mereka sendiri. Harga terjangkau bukan berarti tidak memiliki kualitas barang yang baik. Perubahan model dapat dipengaruhi oleh rendahnya kesenangan seseorang dalam berfashion dan simbol yang ia dapatkan ketika bergaul di dalam lingkungan masyarakatnya.

c. Pengaruh Perubahan Teknologi (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel 15., menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Perubahan Teknologi (X3) dengan nilai signifikan $0.000 < 0,050$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti Perubahan Teknologi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Perilaku hidup konsumtif memiliki banyak dampak negatifnya dari pada dampak positifnya. Dampak negatif dari perilaku pola hidup konsumtif terjadi pada seseorang yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros). Dalam hal ini, perilaku tadi telah menimbulkan masalah ekonomi pada keluarganya. Dampak lebih parah lagi jika pemenuhannya menggunakan cara yang tidak benar seperti korupsi dan tindak pidana lainnya. Perubahan teknologi yang rendah dapat disebabkan oleh kurangnya prosedur masyarakat dalam berteknologi sehingga tidak mengupdate bentuk fashion yang ada dan kurangnya data-data yang dimiliki oleh masyarakat tersebut.

d. Pengaruh Perubahan Budaya (X4) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel 15., menunjukkan bahwa variabel Pengaruh Perubahan Budaya (X4) dengan nilai signifikan $0.000 < 0,050$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti Perubahan Budaya (X4) secara parsial berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Masyarakat Indonesia memang sudah dikenal sebagai masyarakat konsumtif. Saat barang-barang yang dimiliki masih berfungsi, tetapi ketika produk terbaru keluar maka terdapat kecenderungan untuk membeli produk baru. Dasarnya adalah mengikuti perkembangan terbaru atau trend dan memiliki kekuatan finansial untuk membelinya tanpa terlalu mempertimbangkan fungsi dasarnya. Kecenderungan perilaku konsumtif ini juga dilakukan oleh orang-orang yang kekuatan finansialnya tidak memadai. Bahkan demi mendapatkan produk terbaru, mereka sampai berhutang. Karakteristik tersebut jelas menggambarkan bagaimana konsumtifnya masyarakat kita.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan Pengaruh Trend Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan), maka kesimpulan sebagai berikut :

1. Tidak Terdapat Pengaruh yang signifikan *Trend Fashion* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta
2. Tidak Terdapat Pengaruh yang signifikan Perubahan Model terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta
3. Terdapat Pengaruh Perubahan yang signifikan Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta
4. Terdapat Pengaruh Perubahan yang signifikan Budaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Oli Kendaraan Merek Shell Pada Pt. Dinamika Lubsindo Utama.*). Edutech Consultant Bandung Jurnal Aksara Public Volume 3 Nomor 3 Edisi Agustus 2019 (142-153).
- Ahmad, H. (1997). *Sejarah Dan Gaya Dalam Fashion.* Bogor: Institute Teknologi Bogor.
- Armstrong, K. (2018). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran.* Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Grafindo.
- Ayunda, A. M. (2019). *Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim.* Jeba (Journal Of Economics And Business Aseanomics), 3(2).
- Diana, F. T. (2016). *Pemasaran Esesi Dan Aplikasi.* Yogyakarta : Andi.
- Fandy, T. (2016). *Service, Quality & Satisfaction.* Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran).* Surabaya: Ts Publisher.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayah, R. W. (2015). *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Fashion Pada Mahasiswa Putri Di Surakarta.* Surakarta: Universitas Muhammadiyah.