

PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME DAN PERFEKSIONISME TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI DI UNIVERSITAS PGRI RONGGOLawe

Allycia Azzahro^{1*}, Dumiyati²

^{1,2} Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Ronggolawe

*Email: allyciaazzahro@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menelaah pengaruh gaya hidup hedonisme dan kecenderungan perfeksionisme terhadap perilaku pembelian kompulsif pada mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe dari Program Studi Pendidikan Ekonomi. Latar belakang penelitian muncul karena adanya peningkatan tren di kalangan mahasiswa yang terdorong oleh tekanan sosial, paparan media sosial, serta tuntutan untuk selalu terlihat sempurna. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional. Data penelitian dikumpulkan melalui angket yang diberikan kepada 64 responden, di mana jumlah tersebut ditentukan dengan rumus Slovin. Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan perfeksionisme secara signifikan memengaruhi perilaku pembelian kompulsif, sebagaimana dibuktikan oleh nilai signifikansi 0,000 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,600. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel ini menyumbang 60% variasi yang diamati dalam perilaku pembelian kompulsif. Ketika dikaji secara individual, gaya hidup hedonistik menunjukkan pengaruh yang signifikan, tercermin dari nilai signifikansi 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,761. Selain itu, temuan ini mengungkapkan bahwa perfeksionisme juga memiliki dampak yang signifikan, dengan nilai signifikansi tercatat sebesar 0,010 dan koefisien regresi sebesar 0,363. Temuan ini mendukung pandangan bahwa aspek psikologis seperti gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan dan tuntutan akan kesempurnaan turut membentuk pola konsumsi berlebihan di kalangan mahasiswa. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa mahasiswa dengan kecenderungan mengejar kenikmatan instan serta memiliki standar tinggi dalam penampilan lebih mudah terjebak dalam perilaku belanja kompulsif. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi melalui program literasi keuangan, pembentukan karakter, serta edukasi psikologis guna membantu mahasiswa mengendalikan dorongan konsumtif dan mengambil keputusan ekonomi yang lebih bijak.

Kata Kunci: Gaya Hidup Hedonisme, Perfeksionisme, Perilaku Pembelian Kompulsif, Mahasiswa, Pendidikan Ekonomi

PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya arus modernisasi dan globalisasi, sebagai bagian dari generasi muda, mahasiswa termasuk dalam kelompok yang paling mudah terpengaruh oleh dinamika sosial serta perkembangan teknologi. Fungsi perguruan tinggi kini meluas, tidak sebatas pada proses akademik, melainkan juga sebagai arena terbentuknya kebiasaan dan gaya hidup sosial. Banyak mahasiswa lebih mengutamakan citra diri, hiburan, penampilan, dan kepuasan sesaat daripada kebutuhan pokok mereka. Kondisi ini semakin diperparah dengan peran media sosial yang menyebarluaskan tren gaya hidup secara luas dan cepat.

Salah satu pola hidup yang terlihat menonjol di kalangan mahasiswa adalah gaya hidup hedonis. Berdasarkan teori Veenhoven *dalam* Driana & Indrawati (2021), Seseorang dengan pola hidup hedonistik biasanya memiliki kecenderungan untuk mengejar kebahagiaan dan menikmati setiap peluang yang memberikan kesenangan, sekecil apa pun, untuk memperoleh kenikmatan. Sementara itu, Nadzir dan Ingarianti *dalam* Driana & Indrawati (2021) menjelaskan bahwa Pola hidup hedonistik tercermin dari perilaku yang berorientasi pada kesenangan, misalnya dengan sering berkumpul di luar rumah bersama teman maupun melakukan pembelian terhadap barang-barang yang tidak esensial, serta memiliki keinginan untuk selalu menjadi pusat perhatian di lingkungan sosial.

Gaya hidup hedonisme di lingkungan kampus sangat dipengaruhi oleh cara mahasiswa menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya, serta sejauh mana mereka mampu memenuhi kebutuhan sosial yang ada. Damanik *dalam* Dora (2024) menjelaskan bahwa faktor sosial memiliki

peran penting dalam membentuk gaya hidup hedonisme, karena individu cenderung ingin bergaul dengan kelompok yang memiliki minat atau gaya hidup serupa guna meningkatkan rasa percaya diri dan memperkuat status sosial. Meski demikian, jika tidak dikendalikan dengan baik, pola hidup semacam ini dapat membawa konsekuensi negatif seperti perilaku konsumtif yang berlebihan dan menurunnya kualitas hidup. Sejalan dengan pandangan Veenhoven, kesenangan tetap perlu diseimbangkan dengan rasionalitas agar tidak berujung pada dampak yang merugikan.

Selain hedonisme, aspek perfeksionisme memberikan pengaruh tersendiri terhadap bagaimana mahasiswa menjalani rutinitas dan membuat keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, banyak mahasiswa memiliki pola pikir yang menuntut segala sesuatunya terlihat ideal di mata orang lain. Termasuk dalam aktivitas sederhana seperti menentukan di mana akan makan, mereka menunjukkan sikap yang sangat selektif. Tak jarang pula mahasiswa menunjukkan ambisi terhadap aktivitas yang tidak berhubungan langsung dengan perkuliahan. Persaingan dalam hal penampilan dan gaya hidup pun kerap terjadi di kalangan mereka, dengan tujuan agar tidak kalah dari teman-temannya dan bisa tampil lebih maksimal secara fisik maupun sosial.

Konsep perfeksionisme diperkenalkan oleh Hewit dan Flett, yang menggambarkan perfeksionisme sebagai dorongan untuk mencapai kesempurnaan, disertai dengan penetapan standar tinggi, baik untuk kepentingan pribadi maupun relasi sosial. Mereka juga meyakini bahwa lingkungan sekitar memiliki ekspektasi sempurna terhadap dirinya (Fauzi, 2023). Mahasiswa dengan kecenderungan perfeksionistik umumnya merasa perlu untuk tampil sempurna, tidak terbatas pada aspek akademis saja, tetapi juga mencakup cara hidup dan cara berpenampilan. Tekanan ini sering kali memicu stres, kecemasan, dan dorongan konsumtif sebagai upaya untuk memenuhi ekspektasi sosial.

Orang yang memiliki kecenderungan perfeksionisme umumnya menetapkan target yang sangat tinggi bagi dirinya sendiri. Tekanan yang terjadi, baik dipengaruhi oleh aspek internal maupun faktor eksternal, sering kali dianggap sebagai pengalaman yang tidak menyenangkan (Neoh dkk., 2022). Hal ini dapat memicu berbagai reaksi emosional negatif seperti perasaan tertekan, suasana hati yang buruk, hingga gejala depresi. Tantangan tersebut menjadi semakin rumit ketika individu memasuki fase dewasa awal, karena harus menavigasi berbagai tuntutan kehidupan seperti pendidikan, pekerjaan, gaya hidup, dan relasi sosial Santrock (Heti, 2023).

Sikap perfeksionisme juga kerap disertai dengan rasa tidak puas terhadap banyak hal, yang muncul akibat dorongan untuk selalu memenuhi standar tinggi dan ekspektasi yang berasal dari diri sendiri maupun lingkungan (Khamam dkk., 2024). Individu seperti ini merasa terbebani oleh penilaian orang lain terhadap performa dan penampilan mereka. Bahkan, ketidakpuasan terhadap citra tubuh pun sering terjadi karena adanya tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan atau ketampanan yang berlaku di masyarakat (Abdullah & Puspita Dewi, 2023). Sejalan dengan itu, Hasibuan *dalam* Purwita (2020) mengungkapkan bahwa pembelian pakaian atau barang-barang baru kerap dilakukan sebagai upaya meningkatkan citra dan status sosial di mata teman sebaya.

Secara umum, perempuan lebih sering memiliki keinginan untuk tampil menarik, khususnya dari segi fisik. Oleh sebab itu, produsen seringkali menargetkan perempuan sebagai pasar utama dalam strategi pemasarannya, terutama yang memiliki potensi menjadi merek favorit (Afriani dkk., 2021). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa tingkat konsumsi perempuan cenderung lebih tinggi dibandingkan laki-laki, bahkan beberapa di antaranya menjadikan aktivitas berbelanja sebagai bentuk hiburan.

Aktivitas belanja sendiri bisa dibedakan antara yang direncanakan dan yang tidak direncanakan. Ketika belanja dilakukan secara spontan, berulang, dan tidak terkontrol, perilaku tersebut dikenal sebagai pembelian kompulsif. Menurut teori Faber & O'Guinn (Kusumadewi dkk., 2023), perilaku pembelian kompulsif merupakan kebiasaan membeli barang secara berlebihan sebagai respons terhadap kondisi emosional negatif seperti stres, kesedihan, atau frustrasi, yang kemudian sering disertai dengan penyesalan. Tujuan utama dari perilaku ini adalah untuk memperbaiki suasana hati, meskipun pada akhirnya dapat menimbulkan dampak yang merugikan.

Perilaku pembelian kompulsif dapat dialami oleh siapa pun, tanpa memandang jenis kelamin, usia, maupun latar belakang sosial lainnya. Ada berbagai faktor yang memengaruhi kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara tidak terkendali. Menurut Naomi dan Mayasari *dalam* Rizky (2023), salah satu penyebab utamanya berasal dari aspek psikologis,

khususnya kecenderungan untuk mengambil keputusan secara impulsif. Sementara itu, studi yang dikutip oleh Yasin & Anandya (2023) dari Krugger mengungkapkan bahwa individu dengan kecenderungan pembelian kompulsif sering kali lebih memperhatikan penampilan fisik dan memiliki dorongan kuat untuk tampil lebih menarik dibandingkan orang-orang di sekitarnya.

Meskipun perilaku ini dapat memberikan perasaan puas dan menyenangkan dalam jangka pendek, penting untuk memahami bahwa motivasi utama dari pembeli kompulsif bukanlah untuk memenuhi kebutuhan fungsional suatu produk. Sebaliknya, dorongan tersebut lebih banyak didasari oleh keinginan untuk memperoleh kesenangan emosional dari proses belanja itu sendiri (Hernie dkk., 2024).

Dalam konteks ini, urgensi untuk menganalisis secara akademik hubungan antara keinginan perfeksionisme dan standar tinggi pribadi dengan perilaku membeli kompulsif semakin meningkat. Penelitian ini mengangkat tiga variabel utama yakni gaya hidup hedonisme dan perfeksionisme sebagai faktor prediktor, serta perilaku pembelian kompulsif sebagai variabel respon. Meskipun hubungan antara ketiganya telah banyak dijelaskan secara teoritis, diperlukan validasi lebih lanjut melalui kajian empiris, khususnya untuk mengonfirmasi apakah hedonisme dan perfeksionisme benar-benar merupakan faktor signifikan yang mendorong perilaku tersebut.

Dari hasil observasi awal dan wawancara, ditemukan bahwa sebagian mahasiswa menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang berlebihan. Gaya hidup mereka terlihat didominasi oleh dorongan hedonisme dan perfeksionisme, yang ditunjukkan melalui kebiasaan berbelanja secara impulsif untuk mendapatkan rasa senang dan kepuasan sementara. Mereka kerap melakukan pembelian terhadap barang-barang yang sejatinya bukan merupakan kebutuhan utama, namun menarik perhatian karena desain yang menarik, promosi, diskon, atau iklan yang menggoda. Aktivitas ini memberikan rasa puas, kebanggaan, dan bahkan dijadikan cara untuk meredakan stres akibat padatnya aktivitas perkuliahan.

Kecenderungan perilaku pembelian kompulsif ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memprioritaskan kepuasan sesaat daripada kebutuhan utama. Gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan instan mendorong mereka untuk terus memenuhi keinginan jangka pendek, sementara sikap perfeksionistik memperkuat kebutuhan untuk selalu tampil sempurna di hadapan orang lain. Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan dalam mengungkap keterkaitan antara gaya hidup hedonisme dan perfeksionisme dengan perilaku pembelian kompulsif, yang pada akhirnya bisa menyebabkan individu merasa tidak pernah puas dan terus-menerus khawatir terhadap persepsi orang lain terhadap dirinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Driana & Indrawati (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan perilaku pembelian kompulsif. Akan tetapi, hasil yang bertolak belakang ditunjukkan dalam studi Alfiana dkk. (2023), yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dari gaya hidup hedonisme terhadap perilaku pembelian kompulsif. Sementara itu, temuan dari Hilmi dkk. (2018) memperlihatkan bahwa terdapat keterkaitan positif yang signifikan antara pembelian kompulsif dengan gaya hidup hedonisme dan sikap perfeksionis; artinya, semakin besar kecenderungan individu dalam melakukan pembelian kompulsif, semakin tinggi pula orientasinya pada kesenangan serta tuntutan kesempurnaan. Berbeda halnya dengan riset Wijaya (2017) yang menyimpulkan bahwa gaya hidup hedonisme tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian secara kompulsif.

Berdasarkan uraian di atas, ditemukan adanya kesenjangan (*gap*) penelitian, baik dari segi variabel yang digunakan maupun lokasi penelitian. Penelitian ini memperkenalkan variabel baru, yaitu perfeksionisme, dan mengambil lokasi berbeda yang memungkinkan hasilnya juga berbeda dengan penelitian terdahulu. Selain itu, perbedaan temuan dari studi sebelumnya terkait pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku pembelian kompulsif menjadi alasan penting untuk melakukan kajian lanjutan. Maka dari itu, penelitian ini dirancang untuk memperluas pemahaman tentang bagaimana gaya hidup hedonisme dan perfeksionisme dapat memengaruhi perilaku pembelian kompulsif. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti merasa terdorong untuk melakukan penelitian dengan topik: “Analisis Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Sifat Perfeksionisme terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Ronggolawe.”.

METODE PENELITIAN

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode korelasional, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh serta hubungan antar dua atau lebih variable. Kegiatan penelitian dilakukan di Universitas PGRI Ronggolawe yang beralamat di Jalan Manunggal No. 61, Kelurahan Wire, Desa Gedongombo, Kecamatan Semanding, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, 62381. Fokus penelitian diarahkan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kesesuaian karakteristik populasi dengan tujuan penelitian. Adapun pelaksanaan penelitian berlangsung mulai semester ganjil pada bulan Februari 2025 hingga semester genap pada bulan Mei 2025, meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, hingga proses analisis.

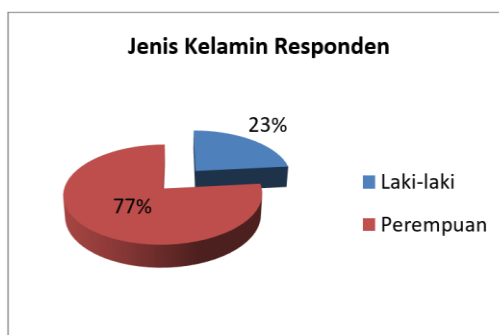
Subjek dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa aktif Universitas PGRI Ronggolawe Tuban dari Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang berjumlah 173 orang dari angkatan 2021 hingga 2024. Dari jumlah tersebut, sebanyak 64 mahasiswa dijadikan sebagai sampel penelitian, ditentukan berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%. Data dikumpulkan menggunakan angket yang disusun berdasarkan skala Likert 1 hingga 5. Sebelum diterapkan, alat ukur terlebih dahulu diuji kelayakannya melalui pengujian validitas dan reliabilitas.

Pengolahan data diawali dengan melakukan pengujian asumsi klasik, yang meliputi uji multikolinearitas, uji normalitas, serta uji heteroskedastisitas. Tahap berikutnya adalah pengujian hipotesis dengan metode regresi linier berganda, kemudian dilanjutkan melalui uji t, uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2), dengan seluruh proses dibantu oleh perangkat lunak SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari total populasi sebanyak 173 mahasiswa, peneliti menetapkan 64 orang sebagai sampel penelitian. Pemilihan sampel ini didasarkan pada karakteristik tertentu seperti usia, jenis kelamin, tahun angkatan atau kelas, serta sumber pendapatan utama.

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, sebanyak 64 mahasiswa telah berpartisipasi sebagai responden. Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Gambar 1 di bawah ini:

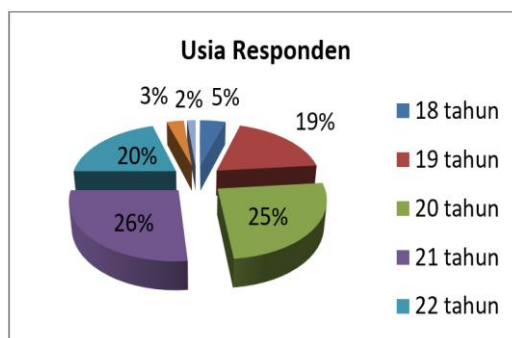


Gambar 1. Jenis Kelamin Responden

Sumber : Data diolah Excel

Mengacu pada Gambar 1, dapat diketahui bahwa total responden penelitian ini berjumlah 64 mahasiswa. Ditinjau dari segi jenis kelamin, terdapat 15 responden laki-laki (23%) dan 49 responden perempuan (77%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden adalah perempuan.

Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada Gambar 2 berikut:

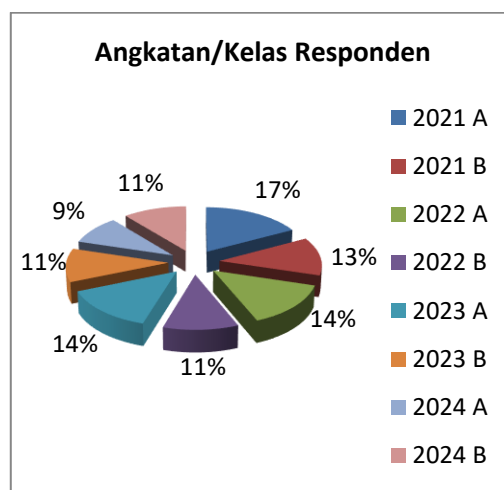


Gambar 2. Usia Responden

Sumber : Data diolah Excel

Berdasarkan Gambar 2, diagram menunjukkan bahwa total responden dalam penelitian ini adalah 64 mahasiswa. Jika dilihat secara kelompok, data menunjukkan bahwa terdapat 3 orang (5%) berusia 18 tahun, 12 orang (19%) berusia 19 tahun, 16 orang (25%) berusia 20 tahun, 17 orang (26%) berusia 21 tahun, 13 orang (20%) berusia 22 tahun, 2 orang (3%) berusia 23 tahun, dan 1 orang (2%) berusia 24 tahun. Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden berada pada rentang usia 20 hingga 21 tahun.

Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan angkatan atau kelas disajikan pada Gambar 3 berikut:

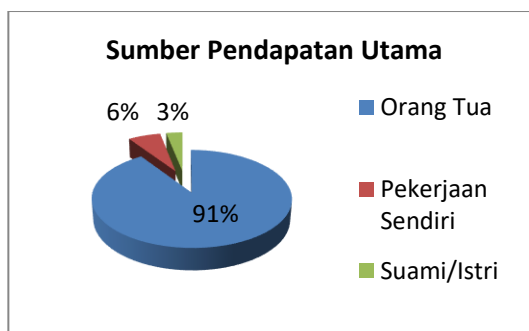


Gambar 3. Angkatan/Kelas Responden

Sumber : Data diolah Excel

Berdasarkan Berdasarkan Gambar 3, diagram tersebut memperlihatkan bahwa total partisipan dalam penelitian ini terdiri dari 64 mahasiswa. Jika dilihat dari angkatan atau kelas, diperoleh data bahwa sebanyak 11 mahasiswa (17%) berasal dari kelas 2021 A, 8 mahasiswa (13%) dari kelas 2021 B, 9 mahasiswa (14%) dari kelas 2022 A, 7 mahasiswa (11%) dari kelas 2022 B, 9 mahasiswa (14%) dari kelas 2023 A, 7 mahasiswa (11%) dari kelas 2023 B, 6 mahasiswa (9%) dari kelas 2024 A, dan 7 mahasiswa (11%) dari kelas 2024 B. Dari distribusi ini dapat disimpulkan bahwa responden berasal dari berbagai angkatan dan kelas dengan jumlah yang relatif seimbang, yakni rata-rata antara 7 hingga 9 mahasiswa pada setiap kelompok kelas.

Selanjutnya, karakteristik responden berdasarkan sumber pendapatan utama dapat dilihat pada Gambar 4 berikut:



Gambar 4. Sumber Pendapatan Utama Responden
Sumber : Data diolah Excel

Berdasarkan Berdasarkan Gambar 4, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 64 mahasiswa. Jika dilihat dari sumber pendapatan utama, mayoritas responden memperoleh pendapatan dari orang tua, yakni sebanyak 58 mahasiswa (91%). Sementara itu, terdapat 4 mahasiswa (6%) yang memiliki pendapatan dari pekerjaan sendiri, dan 2 mahasiswa (3%) yang mendapatkan pendapatan dari pasangan (suami/istri). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini bergantung pada orang tua sebagai sumber utama pendapatan mereka.

Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan untuk mengumpulkan data. Uji validitas dilakukan pada 64 responden dengan r tabel sebesar 0,246 pada tingkat signifikansi 5%. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai korelasi Pearson lebih besar daripada r tabel. Variabel yang diuji meliputi gaya hidup hedonisme (X_1), perfeksionisme (X_2), dan perilaku pembelian kompulsif (Y).

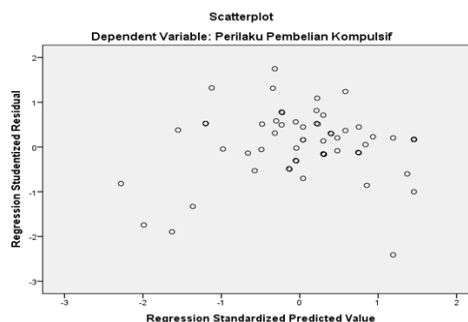
Sementara itu, reliabilitas dianalisis melalui Cronbach's Alpha (α). Variabel dinyatakan reliabel jika nilai α melebihi 0,6, dengan kategori cukup baik pada $\alpha \geq 0,7$ dan baik pada $\alpha \geq 0,8$. Hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai α sebesar 0,841 untuk gaya hidup hedonisme, 0,845 untuk perfeksionisme, dan 0,901 untuk perilaku pembelian kompulsif. Karena seluruh nilai α berada di atas 0,6, maka ketiga variabel penelitian dinyatakan reliabel (Priyatno, 2019).

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, asumsi klasik terlebih dahulu dievaluasi, karena kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ini penting untuk model regresi yang robust. Penelitian ini menguji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal, uji normalitas dilakukan. Metode Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk penilaian ini, dengan menggunakan IBM SPSS versi 22. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) melebihi 0,05.

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonisme menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,061, sedangkan variabel perfeksionisme menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,063, dan variabel perilaku pembelian kompulsif menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,107. Karena semua nilai signifikansi melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel mengikuti distribusi normal.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Kriteria penilaian yang ditetapkan mencakup nilai toleransi di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel independen memenuhi kriteria tersebut, sehingga menegaskan bahwa model regresi ini bebas dari multikolinearitas (Ghozali, 2017).

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi keberadaan varians residual yang tidak sama di seluruh observasi dalam suatu model regresi. Salah satu metode yang digunakan untuk evaluasi ini adalah menganalisis pola distribusi titik-titik dalam diagram sebar. Dalam konteks penelitian ini, grafik menunjukkan bahwa titik-titik tersebut terdistribusi secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y , yang menunjukkan tidak adanya pola yang jelas. Akibatnya, hasil menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari masalah terkait heteroskedastisitas.



Gambar 5. Scatterplot Dalam Pengujian Heteroskedastisitas Variabel X1, X2 dan Y

Sumber: Data diolah SPSS 22

Penelitian ini memanfaatkan metode analisis regresi linier berganda guna mengevaluasi secara empiris pengaruh simultan dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengukur seberapa besar kontribusi gaya hidup hedonisme dan kecenderungan perfeksionisme terhadap perilaku pembelian kompulsif. Berdasarkan hasil pengolahan data melalui regresi linier berganda, diperoleh bentuk persamaan sebagai berikut:

$Y = -6,743 + 0,761X_1 + 0,363X_2$, Keterangan: Y menggambarkan perilaku pembelian kompulsif, X_1 merepresentasikan gaya hidup hedonisme, dan X_2 melambangkan karakter perfeksionisme. Nilai konstanta sebesar -6,743 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari kedua variabel bebas, maka perilaku pembelian kompulsif bernilai negatif sebesar 6,743.

Koefisien regresi untuk X_1 (gaya hidup hedonisme) sebesar 0,761, artinya setiap peningkatan satu satuan pada gaya hidup hedonisme akan meningkatkan perilaku pembelian kompulsif sebesar 0,761 poin, dengan asumsi perfeksionisme tetap. Sebaliknya, jika gaya hidup hedonisme menurun satu satuan, maka nilai Y akan menurun sebesar 0,761. 3) Koefisien regresi X_2 (perfeksionisme) sebesar 0,363 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan perfeksionisme akan meningkatkan perilaku pembelian kompulsif sebesar 0,363 poin, dengan asumsi X_1 tetap. Begitu pula sebaliknya.

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji-t dan uji-F. Uji-t digunakan untuk mengevaluasi pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan uji-F digunakan untuk menilai pengaruh simultan variabel-variabel independen. Hasil uji-t variabel gaya hidup hedonisme (X_1) menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,926, melebihi nilai t tabel sebesar 2,000, dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Dengan demikian, hipotesis H1 diterima.

Untuk variabel perfeksionisme (X_2), t-hitung sebesar 2,678 juga lebih besar dari t-tabel 2,000, dengan signifikansi 0,010 ($< 0,05$), yang berarti ada pengaruh signifikan antara perfeksionisme terhadap perilaku pembelian kompulsif. Maka, H2 juga diterima.

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 45,689 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa secara simultan variabel gaya hidup hedonisme dan perfeksionisme memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif, sehingga H3 diterima.

Koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar **0,600**, artinya 60% variasi perilaku pembelian kompulsif dapat dijelaskan oleh variabel gaya hidup hedonisme dan perfeksionisme. Sisanya, yaitu 40%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sementara itu, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,774 menunjukkan hubungan yang kuat antara dua variabel bebas terhadap variabel terikat. Secara keseluruhan, instrumen pengukuran untuk gaya hidup hedonisme (X_1) dan perfeksionisme (X_2) masing-masing terdiri dari 20 pernyataan yang seluruhnya dinyatakan

valid, begitu pula instrumen perilaku pembelian kompulsif (Y) terdiri dari 10 pernyataan yang semuanya valid.

Temuan utama penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara kompulsif. Semakin tinggi hedonisme yang dimiliki, semakin besar pula kecenderungan untuk membeli barang-barang secara tidak terkontrol. Hasil ini selaras dengan penelitian (Driana & Indrawati, 2021) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku impulsif dalam berbelanja.

Selain itu, perfeksionisme juga terbukti signifikan mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif. Mahasiswa dengan tingkat perfeksionisme tinggi cenderung lebih sering membeli produk demi meningkatkan citra diri atau memenuhi ekspektasi sosial. Hal ini mendukung penelitian oleh Hill dalam (Pipit dkk., 2020), yang menyebutkan bahwa perfeksionisme dapat memicu konsumsi berlebihan sebagai bentuk kompensasi psikologis. Secara bersama-sama, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan hampir 60% dari variasi perilaku pembelian kompulsif. Artinya, keduanya merupakan faktor prediktor yang cukup kuat.

Lebih lanjut, hasil analisis memperkuat bahwa mahasiswa dengan gaya hidup hedonisme biasanya terdorong oleh keinginan sesaat dan dorongan konsumtif, bukan kebutuhan riil. Pola ini kian diperkuat oleh pengaruh media sosial dan lingkungan yang mengaitkan konsumsi dengan status sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Tarka dkk., 2022), yang menyebutkan bahwa nilai hedonisme sangat mempengaruhi keputusan membeli secara kompulsif, terutama pada kalangan muda dan perempuan.

Sementara itu, perfeksionisme menyebabkan mahasiswa merasa harus selalu tampil maksimal. Mereka membeli barang dengan kualitas tinggi atau yang dianggap mampu meningkatkan citra diri, seringkali untuk memenuhi harapan sosial. Tekanan sosial ini menjadi pemicu perilaku pembelian yang tidak rasional dan tidak terkendali. Hal ini memperkuat penelitian (Shen & Zhang, 2022), yang menemukan bahwa perfeksionisme (dengan pola berpikir dikotomis “sempurna atau tidak sama sekali”) mempengaruhi intensi pembelian-perfeksionis cenderung menghindari produk yang dianggap kurang sempurna.

Sementara penelitian (Efendioğlu, 2022) menunjukkan bahwa konsumsi konspikuitas di sosial media mendorong hedonis dan meningkatkan intensi pembelian, termasuk pembelian impulsif dan kompulsif. Ketika gaya hidup hedonis dan perfeksionisme saling berinteraksi, individu semakin rentan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Mereka tidak hanya terdorong oleh keinginan untuk menikmati hidup, tetapi juga merasa perlu tampil sempurna di mata orang lain. Kedua faktor ini menciptakan siklus konsumsi yang sulit dihentikan, bahkan dalam kondisi keterbatasan finansial.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan perfeksionisme memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif pada mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban dari Program Studi Pendidikan Ekonomi., maka dapat disimpulkan bahwa tingkat gaya hidup hedonisme pada mahasiswa Universitas PGRI Ronggolawe Tuban Pendidikan Ekonomi tergolong cukup tinggi, sebagaimana dapat dilihat dari perilaku konsumtif mereka yang melampaui kebutuhan primer, melainkan untuk memperoleh kesenangan, pengalaman baru, atau mengikuti tren sosial. Banyak mahasiswa menyatakan bahwa mereka membeli barang karena adanya promosi, diskon menarik, atau karena pengaruh dari teman dan lingkungan sekitar.

Sama dengan gaya hidup hedonisme, mahasiswa umumnya menunjukkan tingkat perfeksionisme yang cukup besar, ditandai dengan adanya tuntutan internal untuk mencapai standar pribadi yang tinggi dan keinginan agar selalu terlihat ideal di mata lingkungan sekitar. Banyak responden menyatakan bahwa mereka mempertimbangkan kualitas produk sebelum membeli dan sering merasa tidak puas jika hasilnya tidak sesuai dengan harapan atau standar pribadi mereka.

Perilaku pembelian kompulsif pada mahasiswa juga cukup tinggi, mereka lebih cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa adanya perencanaan, bahkan pada keuangan terbatas pun

mereka tetap akan melakukan pembelian. Pembelian yang mereka lakukan bukan karena kebutuhan, melainkan untuk mengatasi tekanan emosional, stress perkuliahan, atau sekedar mencari kesenangan sesaat.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif pada mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,926 yang lebih besar daripada t tabel (2,000) serta nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Besarnya kontribusi pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku pembelian kompulsif adalah sebesar 54,3%.

Selanjutnya, variabel perfeksionisme juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 2,678 yang melebihi nilai t tabel (2,000) serta nilai signifikansi 0,010 < 0,05. Adapun besarnya pengaruh perfeksionisme terhadap perilaku pembelian kompulsif mahasiswa adalah 29,5%.

Secara simultan, gaya hidup hedonisme dan perfeksionisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 45,689 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinyatakan layak, karena kedua variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi perilaku pembelian kompulsif mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N., & Puspita Dewi, A. (2023). Ketidakpuasan Citra Tubuh dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Perkembangan*, 7(1), 42–50.
- Afriani, D., Farida, N., & Rahmawati, A. (2021). Hubungan antara Kecenderungan Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Hedonisme pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 155–164.
- Alfiana, D., Wibowo, P. D., & Dwiastanti, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 65–72.
- Damanik, R., & Dora, R. (2024). Pengaruh Faktor Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 13(1), 45–55.
- Driana, D., & Indrawati, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 120–130.
- Efendioğlu, A. (2022). The impact of social media influencers on compulsive buying tendency: The mediating role of conspicuous consumption. *Current Psychology*, 41(4), 1832–1843. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01660-z>
- Ernie, S., Pratiwi, R., & Aulia, M. D. (2024). Motivasi Emosional dalam Perilaku Pembelian Kompulsif Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 10(1), 33–42.
- Fauzi, A. R. (2023). Perfeksionisme dalam Dunia Pendidikan: Antara Kebutuhan dan Tekanan. *Jurnal Psikologi Pendidikan Indonesia*, 12(1), 45–53.
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heti, R. P. (2023). Masa Dewasa Awal dalam Perspektif Psikologi Perkembangan. *Jurnal Psikologi & Pendidikan*, 8(2), 88–97.
- Hilmi, M. F., Prasetyo, E., & Sulistyowati, Y. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Perfeksionisme terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Insight*, 4(2), 102–111.

- Khanam, S., Nabila, R., & Faiz, A. (2024). Perfeksionisme dan Kesejahteraan Psikologis Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Psikologi Kontemporer*, 11(1), 60–70.
- Kusumadewi, L., Sari, D. P., & Hidayat, M. (2023). Pembelian Kompulsif Mahasiswa dan Hubungannya dengan Faktor Psikologis. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 11(1), 78–87.
- Neoh, M. J., Ariffin, M. S., & Rahman, S. A. (2022). The Psychological Costs of Perfectionism: Emotional Distress and Self-Evaluation. *International Journal of Mental Health Studies*, 5(3), 115–127.
- Pipit, M., Sari, L. P., & Anjani, R. (2020). Perfeksionisme dan Konsumsi Gaya Hidup dalam Konteks Sosial Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(3), 212–222.
- Priyatno, D. (2019). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Purwita, R. A. (2020). Status Sosial dan Konsumsi Simbolik di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(2), 133–141.
- Rizky, D. A. (2023). Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Perilaku Belanja Impulsif pada Generasi Muda. *Jurnal Psikologi dan Perilaku Konsumen*, 8(2), 97–106.
- Shen, W., & Zhang, Q. (2022). Perfectionism, Decision-Making Style, and Purchase Intention in the Context of Social Media Shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102911.
- Tarka, P., Kukar-Kinney, M., & Paluchowski, A. (2022). Hedonism, Materialism, and Compulsive Buying: An Examination of Direct and Indirect Relationships. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(1), 1–15. <https://doi.org/10.1002/cb.1976>
- Wijaya, F. R. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(2), 56–63.
- Yasin, R. H., & Anandya, D. (2023). Kecenderungan Gaya Hidup dan Pembelian Kompulsif di Kalangan Mahasiswa Perkotaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Humaniora*, 11(1), 55–63.