

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

Sebelum dilakukan analisis statistic dengan menggunakan product moment untuk uji hipotesis, maka lebih dulu dilakukan uji asumsi menyangkut uji normalitas dan uji linieritas. Uji asumsi dilakukan untuk mengetahui sebaran item variabel perilaku membeli dan gaya hidup konsumtif. Sedangkan uji linieritas digunakan untuk melihat linier atau tidak hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lainnya.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah kedua variabel yang dianalisis berdistribusi normal atau tidak yaitu variabel perilaku membeli dan variabel gaya hidup konsumtif yang dapat dihitung dengan menggunakan *Statistical Packages for social science (SPSS) Versi 20.0 for Windows*. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Z (K-S-Z)*. Hasil uji normalitas sebagai berikut :

1. Hasil normalitas pada variabel perilaku membeli menunjukkan perolehan nilai K-S-Z sebesar 1,273 dengan p sebesar 0,078 ($p > 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa skor variabel perilaku membeli berdistribusi normal.

2. Hasil normalitas pada variabel gaya hidup konsumtif menunjukkan perolehan nilai K-S-Z sebesar 0,790 dengan p sebesar 0,561 ($p > 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa skor variabel gaya hidup konsumtif berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah variabel yang dianalisis memiliki hubungan linier. Hasil uji linieritas mengenai hubungan gaya hidup konsumtif dengan perilaku membeli pada mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang menunjukkan *Flinier* 68,413 ($p < 0,05$) yang artinya kedua variabel dalam penelitian ini memiliki hubungan linier.

2. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis hubungan antara gaya hidup konsumtif dengan perilaku membeli diperoleh koefisien $r_{xy} = 0,802$ dimana ($p < 0,01$) hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup konsumtif dengan perilaku membeli. Semakin tinggi gaya hidup konsumtif pada mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa hipotesis “ada hubungan positif antara gaya hidup konsumtif dengan perilaku membeli pakaian bermerek pada mahasiswi “ diterima.

B. Pembahasan

Hasil uji hipotetik yang dilakukan menggunakan teknik *korelasi product moment*, diperoleh hasil koefisien korelasi $r_{xy} = 0,802$ ($p < 0,01$) yang menyatakan bahwa hipotesis penelitian diterima dengan hasil korelasi positif. Hipotesis penelitian menyatakan bahwa ada hubungan antara gaya hidup konsumtif dengan perilaku membeli. Hasil uji hipotetik menyatakan adanya hubungan positif antara gaya hidup konsumtif dengan perilaku membeli dimana semakin tinggi gaya hidup konsumtif pada mahasiswi, maka perilaku membeli pakaian bermerek pada mahasiswi pun semakin tinggi.

Hasil penelitian dalam hubungan linier antara gaya hidup konsumtif dengan perilaku membeli diketahui bahwa gaya hidup sendiri memengaruhi perilaku membeli seseorang. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Amstrong (2008) bahwa salah satu faktor yang memengaruhi perilaku membeli adalah gaya hidup, dimana gaya hidup seseorang berbeda tergantung dengan individu itu sendiri. Gaya hidup yang dimaksud adalah gaya hidup konsumtif, merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan saat itu namun hanya ingin mencapai kepuasan. Seperti mahasiswi yang memiliki gaya hidup konsumtif yang tinggi maka akan melakukan pembelian yaitu perilaku membeli pakaian bermerek sebagai kebutuhan yang harus dipenuhi saat itu.

Melalui hasil penelitian yang dilakukan Hariyono (2015) perilaku membeli dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif, karena dengan gaya hidup konsumtif yang tinggi pada remaja maka perilaku

membeli akan ikut tinggi. Gaya hidup konsumtif memengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk juga perilaku membeli.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif memberikan sumbangan pada perilaku membeli pakaian bermerek adalah sebesar 64,3%. Sisanya sebesar 35,7% berasal dari faktor-faktor lain yang juga turut memengaruhi perilaku membeli, diantaranya dari faktor pribadi sendiri terdapat (usia dan tahap siklus, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri).

Mahasiswi yang memiliki kebiasaan membeli pakaian karena iming-iming hadiah, maka akan secara langsung membeli. Sebab, mahasiswi akan lebih tertarik dengan adanya hadiah seperti diskon, undian berhadiah ketika pembelian. Mahasiswi juga akan didukung dengan lingkungan seperti teman-teman yang melakukan pembelian Puspita (2012). Selain membeli karena iming-iming hadiah terdapat juga membeli karena kemasan menarik, dengan adanya kemasan menarik maka mahasiswi mudah terbujuk untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, indikator membeli karena iming-iming hadiah dan membeli pakaian karena kemasan menarik dapat meningkatkan perilaku membeli pada mahasiswi (Manjasari, 2017).

Membeli pakaian karena menjaga penampilan diri dan gengsi juga dapat meningkatkan perilaku membeli pada mahasiswi, dimana mahasiswi akan melakukan aktivitas di kampus dan memerlukan kebutuhan membeli salah satunya adalah membeli pakaian. Ketika mahasiswi tidak dapat mengikuti perkembangan fashion secara tidak

langsung akan merasa dirinya tidak mampu. Mahasiswi pun lebih baik mengikuti perkembangan tersebut dengan cara membeli pakaian bermerek untuk menghindari perasaan rasa tidak mampu pada dirinya (Anggraeni, 2016).

Membeli pakaian atas pertimbangan harga, mahasiswi yang memiliki lingkungan cukup tinggi dalam berpenampilan mewah secara tidak langsung harus mengikuti kondisi tersebut. Lingkungan dan gaya hidup yang menuntut mahasiswi melakukan pembelian, terutama pembelian pakaian bermerek sehingga akan memiliki pakaian berharga mahal dan ternama agar teman-teman lainnya mengetahui bahwa pakaian yang dipakai memiliki brand tersendiri. Selanjutnya, membeli pakaian hanya sekedar menjaga symbol status yang artinya mahasiswi yang mampu mengikuti berpakaian, berdandan dan gaya hidup mewah dapat membeli segala sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan sekali salah satunya membeli pakaian yang lebih hingga satu kali dalam sebulan (Aziz, 2015).

Memakai pakaian karena unsur konformitas terhadap model iklan, memakai pakaian yang sedang trend membuat mahasiswi berlomba-lomba mengikutinya. Pakaian yang digunakan tidak jauh berbeda dengan iklan yang sering muncul terdapat dari corak, model, merek, dll sehingga membuat mahasiswi pun mengikuti perkembangan tersebut. Selain itu, dengan adanya tawaran secara langsung dari idola yang menggunakannya brand mengakibatkan mahasiswi langsung tertarik dengan tawaran yang diberikan. Selanjutnya, munculnya penilaian bahwa membeli pakaian mahal akan menimbulkan rasa

percaya diri yang tinggi. Didukung penelitian Naz dan Lohdi (2015) hasil penelitian membuktikan bahwa mengambil sampel yang tidak cukup banyak menghasilkan terutama wanita akan merasa nyaman dan terlihat berbeda didepan umum ketika menggunakan pakaian, maupun tas, sepatu yang memiliki merek. Gaya hidup yang menjadi lebih baik bagi seseorang untuk membeli barang mewah sebagai kenyamanan sendiri. Hasil dari penelitian tersebut sesuai dengan kondisi mahasiswi, dimana mahasiswi membeli pakaian berharga mahal untuk merasa dirinya nyaman, dapat diterima dilingkungan, lebih percaya diri ketika berjalan didepan umum.

Mencoba lebih dari dari dua pakaian (merek yang berbeda), dari hasil item yang digunakan mahasiswi menjawab senang menunggakan pakaian berganti-ganti merek yang artinya mahasiswi membeli lebih dari satu sehingga tidak heran ketika mahasiswa sudah memiliki kebiasaan untuk membeli setiap bulannya, didukung penelitian (Manjasari, 2017) seseorang tidak akan puas ketika hanya membeli satu pakaian branded terutama yang memiliki gaya hidup brand minded tinggi.

Gaya hidup konsumtif memberikan sumbangan pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan perilaku membeli. Sebab dengan adanya sumbangan besar sisanya dapat memberikan sumbanhan yang dominan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Manjasari (2017) pada mahasiswa Universitas Muhamadiyah Gresik pada tahun 2017 menunjukkan adanya korelasi yang signifikan menunjukkan ada hubungan positif yang antara gaya hidup dengan perilaku membeli

sebesar 0,896. Selanjutnya, hasil penelitian (Pramudi, 2015) pengujian antara gaya hidup konsumtif dengan perilaku pembelian sebesar 0,562 artinya kedua variabel tersebut searah dan menunjukkan berhubungan.

Pada awalnya peneliti melakukan observasi dan wawancara mendapatkan hasil dengan taraf sedang dengan hasil penelitian Hasil perhitungan dalam penelitian ini ditemukan bahwa variabel perilaku membeli memiliki *mean* empirik (*Me*) sebesar 58,88 dan standar deviasi (*SDe*) sebesar 15,097. sedangkan melalui perhitungan *mean* hipotetik, didapatkan *mean* hipotetik sebesar 62,5 dan standar deviasi hipotetik sebesar 12,5. Hal ini menandakan bahwa mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang memiliki perilaku membeli kategori sedang. Dimana dari hasil yang didapatkan peneliti 27 mahasiswi termasuk kategori sedang, rendah memiliki 3 mahasiswi, dan tinggi memiliki 10.

Selain itu, hasil perhitungan pada variabel gaya hidup konsumtif memiliki *mean empirik (Me)* sebesar 52,55 dan *standar deviasi (SDe)* sebesar 12,243. Sedangkan melalui perhitungan *mean* hipotetik didapatkan *mean* hipotetik sebesar 60 dan standar deviasi hipotetik sebesar 12. Hal yang menandakan bahwa mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang memiliki gaya hidup konsumtif sedang, dimana dari hasil yang didapatkan peneliti 29 mahasiswi termasuk kategori sedang, 4 mahasiswi rendah, dan tinggi memiliki 7 mahasiswi.