

Hubungan Penggunaan Aplikasi Belanja Online dengan Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan

Sudirman, Putri Melani Sigalingging

Universitas Negeri Medan

e-mail: putrisigalingging29@gmail.com

Received Month 01, 2023;
Revised Month 04, 2023;
Accepted Month 04, 2023;
Published Online 04, 2023

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan penggunaan aplikasi belajar online dengan pola hidup konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan masyarakat. Jenis penelitian ini adalah deskriptif korelasi. Penelitian deskriptif korelasi adalah cara untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa melakukan perubahan tambahan dan manipulasi terhadap data yang memang sudah ada. Lokasi penelitian ini adalah di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2022 s/d Desember 2022. Sampel penelitian ini adalah 35 mahasiswa. Berdasarkan analisis korelasi product moment terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pola hidup konsumtif (Y) atas penggunaan aplikasi belanja online (X) Dari rtabel product moment pada taraf 5% dengan jumlah responden 33 orang siswa diperoleh r tabel sebesar 0,27. Dengan demikian harga rhitung > rtabel yaitu 0,57 > 0,27. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat Hubungan Signifikan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dengan Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan. Hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh $Kd = r^2 \times 100\% = (0,323)^2 \times 100\% = 10,43\%$ pola hidup konsumtif mahasiswa di jurusan pendidikan masyarakat dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi belajar online, sisanya 89,57% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci: Aplikasi, Belanja Online, Pola Hidup Konsumtif.

Abstract: The purpose of this study was to determine the relationship between the use of online learning applications and the consumptive lifestyle of students majoring in community education. This type of research is descriptive correlation. Correlation descriptive research is a way to determine the level of relationship between two or more variables without making additional changes and manipulation of existing data. The location of this research is in the Public Education Department of Medan State University. When this research was conducted from October 2022 to December 2022. The sample for this research was 35 students. Based on the product moment correlation analysis, there is a positive and significant relationship between consumptive lifestyle (Y) on the use of online shopping applications (X). Thus the price of rcount > rtabel is 0.57 > 0.27. So it can be concluded that there is a significant relationship between the use of online shopping applications and the consumptive lifestyle of students in the Public Education Department, Medan State University. The results of the calculation of the coefficient of determination obtained $Kd = r^2 \times 100\% = [(0.323)^2 \times 100\% = 10.43\%$ The consumptive lifestyle of students in the public education department is influenced by the use of online learning applications, the remaining 89.57% is influenced by other variables.

Keywords: Keywords: Applications, Online Shopping, Consumer Lifestyle.

Alamat Penyunting dan Tata Usaha:
Laboratorium Pendidikan Luar Sekolah
Fakultas Ilmu Pendidikan
Gedung O-1 Lantai 2 Jalan Lidah Wetan
Sby Kode Pos 60213
Telp. 031-7532160 Fax. 031-7532112
E-mail: jpus@unesa.ac.id

Pendahuluan

Pola hidup konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Pola hidup konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Pola hidup konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (need) tetapi sudah ada faktor keinginan (want).

Kecenderungan harus memiliki sesuatu yang baru atau kategori terbaru sudah muncul di berbagai lapisan masyarakat, tidak peduli kaya atau miskin, tua atau muda. Bukan dampak baik yang akan diperoleh oleh bangsa ini jika hal ini menjadi kecenderungan utama tapi hal buruk yang akan terjadi. Masyarakat akan semakin konsumtif dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan, dikhawatirkan masyarakat akan kehilangan jati diri karena memaksakan hal yang seharusnya tidak untuk dirinya.

Pola kehidupan konsumtif ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari, bahwa orang selalu mementingkan gaya barang yang dibeli. Masyarakat lebih memilih barang yang menurut mereka bagus, mewah dan bermerek tanpa memikirkan fungsi dan kegunaan dari barang tersebut. Nilai guna tidak lagi penting di sini. Mereka memiliki pemahaman yang mementingkan kesukaan dan kemewahan dalam kehidupan. Pentingnya kajian pola konsumtif dan gaya hidup

Seringkali kasus seperti ini ditemukan pada masyarakat perkotaan. Dimana segala fasilitas, bujukan media dan kemudahan dapat diperoleh dengan mudah. Budaya konsumtif kini telah melekat erat pada kehidupan di kota-kota besar Indonesia. Gaya hidup yang sebelumnya tidak disebut sebagai budaya, namun telah merambah ke semua kalangan masyarakat yang tengah menjalani kehidupan di kota. Tuntutan zaman yang semakin maju mau tak mau membuat masyarakat juga ingin mengikutinya. Adanya perubahan gaya hidup konsumtif dari generasi ke generasi menjadi perubahan sosial di masyarakat dan lingkungan ekonomi, ini merupakan peluang yang baik bagi pemasar untuk menyesuaikan produknya sesuai dengan gaya hidup pasar yang akan dituju (Haryani, 2017:10). Pola hidup konsumtif ini dilakukan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal serta meningkatkan gengsi demi memperlihatkan status sosial semata.

Berdasarkan hasil survei yang melibatkan 6.285 responden di Indonesia yang dirilis Populix pada tahun 2020, kelompok masyarakat yang paling banyak melakukan belanja online adalah mereka yang berusia 18-21 tahun dan 22-28 tahun dengan masing-masing 35 persen dan 33 persen suara koresponden (Ridha, 2017). Rentang usia tersebut dikenal sebagai usia produktif. Rata-rata status masyarakat yang berada pada rentang usia di atas adalah mahasiswa. Artinya mahasiswa menduduki persentase paling tinggi dalam gaya hidup konsumtif belanja online. Mahasiswa juga memiliki minat dalam berbelanja online dengan angka sebesar 19,9%. Dalam hal ini, mahasiswa melakukan transaksi belanja online bukan didasarkan kebutuhan semata, akan tetapi demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif, Artinya 19,9% mahasiswa di Indonesia memiliki gaya hidup konsumtif dalam belanja online (Ridha, 2017).

Pada penelitian Sumarwan (2018) berkaitan dengan minat belanja online pada mahasiswa Sumatera Utara dimana dari 100 responden, sebanyak 55 orang (55%). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas Mahasiswa setuju bahwa mereka tertarik berbelanja melalui online shop karena mereka dapat mengakses online shop dari berbagai media seperti Smartphone, PC/Laptop dan tablet serta juga dapat mengaksesnya dimana saja dan kapan saja selama terhubung dengan jaringan internet. Dari sini bisa kita pahami bahwa gaya hidup konsumtif mahasiswa paling tinggi.

Hal ini terjadi karena tingginya rasa gengsi di kalangan mahasiswa dan juga banyaknya bermunculan online shop di aplikasi handphone yang sekarang sedang diminati para mahasiswa. Apalagi barang-barang yang dijual melalui online shop sangat beragam mulai dari produk fashion, produk kecantikan, barang-barang elektronik, berbagai kebutuhan rumah tangga, makanan, minuman, buku, mainan dan sebagainya. Pola konsumsi seseorang cenderung menjadi berlebihan dan tidak lagi untuk pemenuhan kebutuhan semata akan tetapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan prestise, menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan lain yang kurang penting (Hasugian, 2018).

Direktur Indonesia yang bernama Nielsen Rusdy Sumantri mengatakan jumlah konsumen belanja online meningkat karena pengguna internet di Indonesia naik 32 persen dari 34 juta menjadi 45 juta orang sepanjang tahun ini. Berdasarkan sumber dari Badan Pusat Statistik bahwa sekitar 54,64% responden generasi milenial memilih untuk tetap tinggal dirumah dan berbelanja online :

Didominasi perempuan dengan rentang usia pelajar dan mahasiswa. Saat ini perubahan gaya hidup yang konsumtif sangat terlihat pada generasi modern atau yang biasa disebut dengan generasi

milennial (Millennial Generation), generasi milenial merupakan generasi modern yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi-sendi kehidupan. Generasi milenial atau yang disebut dengan generasi Y ini lahir tahun 1980 sampai 2000. Jadi bisa dikatakan generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia sekitar 15-34 tahun. Kisaran usia tersebut sesuai dengan rata-rata usia mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yaitu sekitar 19-34 tahun (BPS, 2020).

Sebagian mahasiswa mengetahui belanja online walaupun tidak semua mahasiswa menggunakan jasa tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan. Mahasiswa yang sudah merasa mendapat keuntungan yang didapatkan dari penggunaan jasa belanja online seperti kenyamanan dalam belanja, mudah untuk mendapatkan barang yang diinginkan serta harga yang terjangkau, hal ini akan merasa kecanduan untuk terus menggunakan sistem belanja online dalam memenuhi kebutuhannya, karena apabila sudah pernah sekali berbelanja online pasti ingin lagi dan lagi belanja online.

Saat ini kebutuhan orang belanja online sudah menjadi kebiasaan yang terjadi pada saat ini. Hal ini dikarenakan mudahnya belanja online di Marketplace, sebab inilah yang membuat banyak sekali pembeli pindah dari yang membeli offline menjadi membeli online. Menurut data yang berikan Iprice pada 41 Marketplace jumlah pengunjungnya mencapai 400 Jt tiap bulannya. Itu artinya lebih dari jumlah rakyat Indonesia yang dimana pada pemilu kemarin data penduduk Indonesia sekitar 270 jt warga negara. Data ini memang selalu di berikan Iprice untuk melihat statistik perkembangan Marketplace di Indonesia.

Shopee menjadi Marketplace favorit nomor satu terbanyak pengunjung bulannya. Hal itu menunjukkan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi yang direspon oleh sektor bisnis online, Shopee telah mengembangkan aplikasinya dengan cukup baik dengan begitu pengunjung bulanan merasa mendapatkan kemudahan ketika menggunakan aplikasi shopee saat melakukan belanja online.

Rata-rata mahasiswa Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan memiliki aplikasi shopee. Pada stambuk 2019-2021 dimana 80% diantaranya memiliki aplikasi shopee. Hal ini dikarenakan kemudahan transaksi belanja online melalui shopee. Pemilihan mahasiswa stambuk 2019-2021 itu dikarenakan pada stambuk 2019-2021 itu mahasiswa sedang aktifnya melakukan kegiatan perkuliahan sehingga pasti memiliki kebutuhan yang banyak untuk kegiatan sehari-hari.

Data awal dari hasil penyebaran angket yang peneliti sebarakan dari googleform pada 35 Mahasiswa di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan yang dilakukan secara random, 25 diantaranya memiliki aplikasi belanja online seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia. Kemudian 5 diantara mahasiswa tersebut selalu membeli keperluannya dengan belanja online, sementara 5 orang membeli keperluannya dengan belanja online maupun belanja ke pasar. Berikut hasil observasi peneliti secara random pada 35 Mahasiswa di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan:

Pada kalangan mahasiswa di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan memiliki pola hidup konsumtif yang cukup tinggi dimana rata-rata mahasiswa memang memiliki aplikasi belanja online. Dan mahasiswa juga membeli kebutuhan mereka dari belanja online. Sehingga yang namanya belanja online ini tidak dapat dihapuskan dari pola hidup konsumtif mereka. Apalagi semua ada dijual dalam belanja online. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada Mahasiswa Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan, soal pola hidup konsumtifnya memang tinggi karena ada layanan aplikasi *spaylater* di shopee sehingga memudahkan para mahasiswa dalam bertransaksi meski tidak memiliki uang. Hal ini diutarakan oleh beberapa mahasiswa dalam membeli beberapa produk kosmetik dimana mereka selalu mengikuti tren kecantikan di masa sekarang.

Penyebab mahasiswa melakukan pembelian melalui toko online bukan hanya dari pengaruh iklan-iklan yang ditawarkan di toko online, namun bisa juga dari pengaruh lingkungan sekitar, seperti lingkungan pertemanan. Untuk menjaga eksistensi kelompok pertemanannya, mahasiswa diharuskan untuk menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya yang lain. Penyebab lain yang mendorong mahasiswa untuk belanja online adalah hanya karena mengikuti tren yang sedang berkembang saat ini. Semakin hari, semakin banyak produk-produk baru yang ditawarkan dari toko-toko online sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang tersebut.

Aplikasi belanja online yang paling banyak digunakan mahasiswa adalah shopee. Karena shopee memberikan banyak fasilitas mulai dari *spaylater*, *spaypinjam* dan lainnya. Keuntungannya adalah para konsumen dapat berbelanja terlebih dahulu dan bayarnya bulan depan. Dan hal ini sudah menjadi topik perbincangan para mahasiswa jika berbelanja menggunakan aplikasi shopee dengan layanan *spaylater*.

Penggunaan aplikasi belanja online menjadi topik perbincangan untuk menjalin komunikasi antara mahasiswa satu dengan yang lainnya. Perbincangan seputar belanja online untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa memberikan keinginan penulis lebih mendalam mengenai apa yang membuat Mahasiswa

Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan memilih belanja online dalam memenuhi kebutuhan serta hambatan apa yang dihadapi mahasiswa dalam melakukan belanja online.

Penggunaan aplikasi belanja online merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung dapat melihat barang-barang di toko online, konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video (Loekamto, 2017). Penggunaan aplikasi belanja online juga bisa dikatakan sebagai tempat belanja yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung secara online di internet. Mahasiswa dan internet dalam penggunaannya tidak dapat terpisahkan. Partisipasi mahasiswa dalam penggunaan internet menyebabkan mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh internet terutama dalam hal belanja.

Penggunaan aplikasi belanja secara online dapat memberikan beragam kemudahan bagi konsumen diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer, dan harga lebih terjangkau dan membuat penggunanya merasa termanjakan dimana mahasiswa tidak perlu lagi belanja dengan pergi ke pasar berdesak-desakan untuk memperoleh barang yang mereka inginkan. Mahasiswa juga tidak perlu menunggu waktu senggang atau waktu liburan untuk membeli barang di pasar ataupun di mall. Pemakaian internet ini membawa banyak perubahan dalam gaya hidup (life style) mahasiswa, termasuk dalam hal belanja.

Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan aplikasi belanja online semakin meningkat didorong dengan munculnya digital payment. Digital payment atau sistem pembayaran non tunai berbeda dengan pembayaran tunai (uang dalam bentuk fisik). Pada umumnya pembayaran non tunai atau pembayaran konvensional dilakukan melalui kegiatan transfer antar bank. Selain itu, pembayaran non tunai menggunakan fasilitas yang diberikan oleh bank sebagai alat pembayaran, seperti kartu ATM, kartu debit maupun uang elektronik (e-money).

Salah satu alasan mendasar perlunya dilakukan penelitian dengan sampel Mahasiswa Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan adalah karena mahasiswa merupakan bagian dari konsumen atau pengguna dimana mahasiswa memiliki peran penting dalam berkembangnya pasar salah satunya pasar e-commerce. Selain itu, mahasiswa menggunakan internet untuk berbagai kegiatan seperti berkomunikasi, mencari berbagai informasi, media hiburan, dan memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan belanja online. Tidak hanya itu mahasiswa tentunya menginginkan sesuatu yang praktis dan cepat dalam pemenuhan kebutuhannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu tentang gaya hidup konsumtif dan keputusan pembelian, Faadhilah (2018) menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Noor Fatmawati (2020) mengenai "Gaya Hidup Mahasiswa Karena Adanya Online Shop". Hasil penelitiannya, bahwa mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif selalu berpenampilan menarik, mengenakan fashion bermerk, memiliki standar hidup menengah ke atas, serta lebih banyak bergaul dengan orang-orang yang memiliki hobi sama. Searah juga dengan teori masyarakat konsumsi yang memperlihatkan bahwa mereka mengkonsumsi barang karena perkembangan zaman modern melalui pemakaian jasa online shop. Faktor yang mempengaruhi pemanfaatan online shop adalah efisiensi waktu, akses yang mendukung, serta sebagai pemenuhan kebutuhan barang dan kepuasan. Pemenuhan kepuasan terlihat dari pemilihan barang bermerk untuk terlihat eksis di lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, kita perlu mempertimbangkan apa yang ingin dibeli melalui jasa online shop, sehingga perilaku konsumtif dapat dihindari.

Metode

Jenis penelitian ini adalah deskriptif korelasi. Penelitian deskriptif korelasi adalah cara untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa melakukan perubahan tambahan dan manipulasi terhadap data yang memang sudah ada (Sugiyono, 2018). Lokasi penelitian ini adalah di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan.

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2022 s/d Desember 2022. Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan jenis non probability sampling yang dipakai adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Syarat yang menjadi sampel penelitian ini adalah:

- 1) Memiliki akun belanja online shopee.
- 2) Pemilik akun yang sudah mendapatkan fasilitas spaylatteer.

3) Pemilik akun yang sudah menjadi member gold akun shopee.

Kriteria mahasiswa pemilik akun belanja online shopee dengan 3 kriteria diatas merupakan mencerminkan perilaku konsumtif. Karena akun shopee memberikan berbagai layanan kemudahan belanja jika sudah sering belanja. Berdasarkan kriteria di atas maka yang menjadi sampel penelitian ini adalah 35 mahasiswa.

Hasil dan Pembahasan

1) Uji Kecenderungan Variabel

a) Uji Kecenderungan Variabel Penggunaan Aplikasi Belanja Online (X)

Pada variabel penggunaan aplikasi belanja online (X) diperoleh bahwa nilai terendah adalah 14 dan nilai tertinggi 56. Kemudian diperoleh nilai $M_i = 35$ dan nilai $SD_i = 11,66$ maka diperoleh uji kecenderungan variabel X dalam katgori cukup dengan persentase 100%, hitungannya pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Uji Kecenderungan Variabel X

No	Rentang Nilai	Nilai	%	Kategori
1	> 52.5	0	0	Tinggi
2	35-52.5	35	100	Cukup
3	17,5-35	0	0.00	Kurang
4	< 17,5	0	0.00	Rendah
	Jumlah	35	100	

b) Uji Kecenderungan Variabel Pola Hidup Konsumtif (Y)

Pada variabel pola hidup konsumtif (Y) diperoleh bahwa nilai terendah adalah 14 dan nilai tertinggi 56. Kemudian diperoleh nilai $M_i = 35$ dan nilai $SD_i = 11,66$ maka diperoleh uji kecenderungan variabel X dalam katgori cukup dengan persentase 100%, hitungannya pada tabel berikut :

Tabel 4.2. Uji Kecenderungan Variabel Y

No	Rentang Nilai	N	%	Kategori
1	> 52.5	0	0	Tinggi
2	35-52.5	35	100	Cukup
3	17,5-35	0	0.00	Kurang
4	< 17,5	0	0.00	Rendah
	Jumlah	35	100	

2) Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Berikut hasil uji normalitas.

Tabel 4.3. Uji Normalitas

No	Variabel	Lo	Lt	Keterangan
1	Penggunaan Aplikasi Belanja Online (X)	0,097	0,161	Normal
2	Pola Hidup Konsumtif (Y)	0,1561	0,161	Normal

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan uji normalitas pada variabel x adalah $Lo = 0,097 < Lt = 0,161$ maka data variabel x berdistribusi normal. Kemudian pada variabel y diperoleh $Lo = 0,1561 < Lt = 0,161$ maka data variabel y berdistribusi normal.

3) Uji Linear dan Keberartian

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui linier tidaknya hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat pola hidup konsumtif (Y) atas penggunaan aplikasi belanja online (X) sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 16,55 + 0,46X$. Pada tabel dibawah dapat dilihat ringkasan ANAVA yang menguji kelinearan dan keberartian persamaan regresi pola hidup konsumtif (Y) atas penggunaan aplikasi belanja online (X). hal ini dilakukan untuk memenuhi syarat dalam rangka menggunakan teknik analisis data untuk menguji hipotesis.

Setelah dilanjutkan perhitungan menguji keberartian persamaan diperoleh harga Fhitung sebesar 502,13 dibandingkan dengan nilai Ftabel sebesar 4,13. Jadi harga Fhitung > Ftabel (502,13 > 4,13). Maka persamaan regresi tersebut dinyatakan berarti.

Hasil uji linearitas persamaan regresi pola hidup konsumtif (Y) atas penggunaan aplikasi belanja online (X) diperoleh Fhitung 1,39 pada taraf persen diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,44. Dengan demikian harga Fhitung < Ftabel yaitu (1,39 < 2,45). Maka uji linieritas persamaan regresi tersebut linier.

Tabel 4. Daftar Anava Untuk Regresi Linier $Y = 34,95 + 0,33X$

Sumber Varians	Dk	JK	KT	Fhitung	Ftabel ($\alpha=0,05$)	Ket
Total	35	47079				
Regresi (a)	1	4343,6	4343,6	502,13	4,25	Berarti
Regresi (b/a)	1	380,04	49637,1			
Residu (s)	33	3262,12	98,85			
Tuna cocok (TC)	18	1120,77	60,26	1,39	2,45	Linier
Galat	16	2141,35				

4) Uji Hipotesis

Berdasarkan analisis korelasi product moment terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pola hidup konsumtif (Y) atas penggunaan aplikasi belanja online (X) Dari rtabel product moment pada taraf 5% dengan jumlah responden 33 orang siswa diperoleh r tabel sebesar 0,27. Dengan demikian harga rhitung > rtabel yaitu $0,57 > 0,27$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat Hubungan Signifikan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dengan Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan. Hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh $Kd = r^2 \times 100\% = [(0,323)]^2 \times 100\% = 10,43\%$ pola hidup konsumtif mahasiswa di jurusan pendidikan masyarakat dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi belaja online, sisanya 89,57% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berdasarkan analisis korelasi product moment terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pola hidup konsumtif (Y) atas penggunaan aplikasi belanja online (X) Dari rtabel product moment pada taraf 5% dengan jumlah responden 33 orang siswa diperoleh r tabel sebesar 0,27. Dengan demikian harga rhitung > rtabel yaitu $0,57 > 0,27$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat Hubungan Signifikan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dengan Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan. Jika penelitian ini menggunakan taraf 5%, maka tingkat kepercayaan 95%.

Hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh $Kd = r^2 \times 100\% = [(0,323)]^2 \times 100\% = 10,43\%$ pola hidup konsumtif mahasiswa di jurusan pendidikan masyarakat dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi belaja online, sisanya 89,57% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan (Amaliya, 2017). Generasi muda tersebut yakni para mahasiswa dimana untuk seorang mahasiswa dianggap mampu dalam membedakan mana kebutuhan yang harus mereka penuhi dan mana yang hanya faktor keinginan atau hasrat individu. Akan tetapi pada kenyataannya mahasiswa masih belum bisa mengontrol perilaku konsumtif mereka. Dimana pengeluaran atas kebutuhan lain-lain yang berkaitan dengan shopping, jalan-

jalan lebih tinggi daripada kebutuhan makan, minum, transport, dan kebutuhan belajar seperti membeli buku, mengikuti seminar, print dan fotocopy. Padahal kebutuhan belajar yang lebih penting untuk menunjang karirnya merupakan investasi untuk masa depannya. Fenomena ini membuat mahasiswa tidak rasional dalam pembelannya, sehingga mengarah ke perilaku konsumtif.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, salah satunya adalah penggunaan aplikasi belanja online. Dalam penelitian ini penggunaan aplikasi belanja online 10,43% mempengaruhi pola hidup konsumtif mahasiswa. Banyak faktor lain seperti faktor lingkungan dan pertemanan. Remaja yang berada di lingkungan pergaulan yang teman sebayaanya bepenampilan glamour maka ia akan merasa tidak mau tertandingi dan berkeinginan melampaui penampilan temannya (Sari, 2018). Dari sini dapat dilihat bahwa semakin banyak mahasiswa menerapkan gaya hidup konsumtif, kehidupan di kampus semakin jauh dari fungsi kampus yang sebenarnya. Kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlombalomba memamerkan apa yang mereka miliki (Amaliya, 2017). Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam kebutuhan belajar guna keperluan kuliah lebih kecil dibandingkan dengan kebutuhan non kuliah. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan dan pilihan toko online mereka (Vasic, 2019)

Penggunaan aplikasi belanja online menjadi topik perbincangan untuk menjalin komunikasi antara mahasiswa satu dengan yang lainnya. Perbincangan seputar belanja online untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa memberikan keinginan penulis lebih mendalam mengenai apa yang membuat Mahasiswa Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan memilih belanja online dalam memenuhi kebutuhan serta hambatan apa yang dihadapi mahasiswa dalam melakukan belanja online.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Luthfatul Amaliya (2017). Pada awal penelitian ini disebutkan bahwa tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Semarang tahun ajaran 2016/2017, baik secara simultan maupun parsial.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Ahmad Irkham, (2020). E-wallet merupakan jenis alat pembayaran tanpa menggunakan uang cash yang dilindungi dengan kata sandi dan keamanan tertentu, dimana pengguna dapat menyimpan uang disana secara online. Kemudahan, kecanggihan, dan promo yang ditawarkan e-wallet membuat generasi milenial, khususnya mahasiswa, semakin tidak bisa mengendalikan perilaku untuk membeli sesuatu.

Simpulan

Berdasarkan analisis korelasi product moment terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pola hidup konsumtif (Y) atas penggunaan aplikasi belanja online (X) Dari rtabel product moment pada taraf 5% dengan jumlah responden 33 orang siswa diperoleh r tabel sebesar 0,27. Dengan demikian harga r hitung > rtabel yaitu 0,57 > 0,27. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat Hubungan Signifikan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dengan Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa di Jurusan Pendidikan Masyarakat Universitas Negeri Medan. Hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh $Kd = r^2 \times 100\% = [(0,323)]^2 \times 100\% = 10,43\%$ pola hidup konsumtif mahasiswa di jurusan pendidikan masyarakat dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi belaja online, sisanya 89,57% dipengaruhi

Daftar Rujukan

- Amaliya, L. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Jurnal Sosial*, Volume 3 Nomor 2.
- Faadhilah, F. N. (2018). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan beauty vlogger sebagai kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik (studi pada remaja perempuan pengguna kosmetik korea di surabaya). 1(7), 133–142.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2017). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*. 2(1), 5-11.

-
- Hasugian. (2018). Pemanfaatan Internet Studi Kasus Tentang Pola, Manfaat, dan Tugas penggunaan Internet Oleh Mahasiswa Pada Perpustakaan USU. *Jurnal Komputer*. 3(2).
- Loekamto, A. (2017). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*. Vol 1 No 3.
- Noor Fatmawati. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Dengan Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*. 1(29).
- Ridha Ardila. (2017). Pengaruh Online Shop pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU. Medan: Tidak Diterbitkan.
- Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan melalui Program Kemitraan dengan Bank untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 22–30.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2018). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2nd ed.; R. Sikumbang, ed.). Bogor: Benteng Pustaka.
- Vasic, N. (2019). The Influence of Online Shopping Determinants on Customer Satisfaction in the Serbian Market. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 14(2), 0–0. <https://doi.org/10.4067/s0718-18762019000200107>.