

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai tindakan membeli barang tidak untuk memenuhi kebutuhan, tetapi untuk memuaskan keinginan secara berlebihan yang mengakibatkan pemborosan dan membuat pengeluaran menjadi tidak efisien (Suyasa dan Fransisca, 2005:172). Individu yang memiliki perilaku konsumtif cenderung mengalokasikan sebagian besar uang mereka untuk membeli barang-barang yang dianggap mewah. Hal ini dilakukan dengan tujuan utama untuk mencapai kepuasan pribadi dan juga untuk mempertahankan atau meningkatkan citra serta status sosial mereka di mata orang lain. Perilaku ini sering kali didorong oleh dorongan untuk memenuhi kebutuhan psikologis akan pengakuan atau penerimaan dari lingkungan sekitar, yang dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka. Menurut Rosyid, Lina & Rosyid (1997) perilaku konsumtif dapat dijelaskan sebagai kecenderungan untuk membeli barang-barang tanpa didasari pertimbangan yang rasional, tetapi dipicu oleh keinginan yang tidak lagi dapat dikendalikan secara rasional. Hal ini mengarah pada pengeluaran yang mungkin berlebihan dan tidak selalu sesuai dengan kebutuhan nyata. Apabila konsumen membeli barang atau jasa yang bukan merupakan kebutuhannya, maka konsumen tersebut telah melakukan perilaku konsumtif, yaitu menggunakan nilai uang yang lebih tinggi dari nilai produksi produk tersebut (Mardiah, 2019). Sejalan dengan pendapat penulis, perilaku konsumtif mencakup kecenderungan membeli barang serta menggunakan uang untuk hal-hal yang bukan kebutuhan, melainkan semata-mata untuk memenuhi keinginan yang tidak rasional (*non-rational buying*), keinginan sesaat (*impulsive buying*), yang sering kali berujung pada pemborosan (*wasteful buying*).

Individu yang memiliki perilaku konsumtif cenderung mempengaruhi gaya hidupnya seperti sering kali terlibat dalam pembelian barang-barang

branded seperti pakaian, tas, kosmetik, dan barang lainnya untuk mengejar *trend* terkini dan menjaga gengsi atau status sosial suatu individu. Tindakan ini tidak hanya mencerminkan dorongan untuk memuaskan keinginan sesaat, tetapi juga sebagai cara untuk memperoleh pengakuan atau diterima di lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian individu, tetapi juga membentuk bagaimana mereka membangun dan mengekspresikan identitas mereka dalam masyarakat modern yang serba kompetitif (Eramadina, 2016). Ketika individu cenderung menghabiskan uang untuk membeli barang-barang mewah demi mencapai kepuasan pribadi dan mempertahankan atau meningkatkan status sosial mereka, hal ini tidak hanya menjadi cerminan dari nilai-nilai personal mereka tetapi juga menunjukkan upaya mereka untuk beradaptasi dengan tuntutan dan ekspektasi sosial di sekitarnya.

Menurut Kotler (2002, p. 192) Aktivitas, minat, dan pendapat seseorang mencerminkan pola kehidupan mereka di dunia. Secara umum, gaya hidup seseorang dapat disimpulkan dari aktivitas rutinnnya, pikiran dan tingkat kepeduliannya terhadap dunia di sekitarnya, serta persepsi dirinya dan persepsinya terhadap dunia luar. Jadi, Gaya hidup didefinisikan sebagai cara individu menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk bagaimana mereka mengalokasikan dan menggunakan sumber daya seperti uang, serta bagaimana mereka mengelola waktu mereka. Gaya hidup tidak hanya sekedar kebiasaan fisik atau rutinitas harian, tetapi juga mencakup nilai-nilai, preferensi, dan prioritas yang membentuk identitas dan cara individu berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, gaya hidup tidak hanya mencerminkan keputusan praktis sehari-hari, tetapi juga menjadi cerminan dari pilihan-pilihan yang lebih dalam yang dapat mempengaruhi kualitas hidup seseorang secara keseluruhan.

Gaya hidup suatu individu mencerminkan keputusan dalam memilih dan menggunakan sumber daya, baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, membeli barang dan layanan tertentu, atau menikmati hiburan dan aktivitas sosial. Pengelolaan gaya hidup juga melibatkan nilai-nilai dan preferensi individu dalam menjalani kehidupan. Seperti seorang individu mungkin

cenderung hidup hemat dan memilih untuk menghabiskan uang mereka dengan bijaksana dan mempertimbangkan dampak lingkungan dari keputusan mereka. Namun, juga terdapat individu yang lebih suka hidup mewah dan konsumtif, menikmati gaya hidup yang penuh dengan barang-barang mewah dan pengalaman yang mahal.

Gaya hidup individu yang berperilaku konsumtif sering kali mengarah pada gaya hidup hedonis, yang dipengaruhi oleh lingkungan, keluarga, pendapatan orang tua, dan Jenis kelamin. di mana kesenangan dianggap sebagai tujuan utama dan sumber nilai moral (Sobel, 2002). Menurut Sobel, individu yang mengadopsi gaya hidup ini cenderung melihat pengalaman kesenangan sebagai puncak dari kehidupan yang bermakna. Hamzah & Suandi dkk (2014) juga menekankan bahwa individu yang cenderung hedonis mengalami dan mencari kesenangan secara alami. Mereka mungkin merasa bahwa mencapai kesenangan dan kenikmatan adalah tujuan yang memotivasi perilaku mereka sehari-hari.

Hedonisme adalah pandangan filsafat yang muncul pada awal sejarah filsafat, khususnya sekitar tahun 433 SM, dan dikembangkan lebih lanjut oleh filsuf Yunani Epikuros (341-270 SM). Menurut Epikuros, esensi dari hedonisme adalah bahwa mencari kesenangan adalah tindakan yang sesuai dengan kodrat alam manusia. Kata Yunani “hedone” yang berarti kesenangan adalah asal muasal kata “hedonisme” (Saputri, 2016). Pandangan ini menekankan bahwa tujuan hidup manusia seharusnya adalah untuk mencapai kesenangan dan menghindari rasa sakit atau penderitaan sebanyak mungkin. Epikuros mengajarkan bahwa kesenangan tertinggi adalah ketenangan pikiran dan tubuh, dan bahwa kesenangan yang sejati tidak hanya berasal dari kenikmatan fisik tetapi juga dari kedamaian batin dan kepuasan intelektual. Konsep-konsep ini membentuk dasar pemahaman hedonisme dalam konteks sejarah filsafat, yang terus mempengaruhi pemikiran etika dan psikologi hingga saat ini. Gaya hidup hedonisme ini ditandai dengan seringnya bepergian ke luar rumah, pengejaran barang-barang mewah secara aktif yang disesuaikan dengan selera individu, dan kecintaan terhadap keramaian kota metropolitan. Selain itu, dorongan untuk menjadi pusat perhatian juga

menjadi ciri khas dari gaya hidup ini (Pontania, 2016). Jadi, hedonis menggambarkan orientasi individu pada pencarian kesenangan instan dan kepuasan materi tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang.

Al'akbar (2022), menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis mencerminkan upaya individu untuk memperoleh kesenangan sebagai nilai yang signifikan yang mempengaruhi perilaku mereka. Hal ini sering kali tercermin dalam keputusan pengeluaran mereka, di mana uang digunakan untuk memenuhi keinginan akan kenikmatan dan kesenangan materi. Gaya hidup hedonis adalah perilaku yang suka dengan kesenangan, kenikmatan, kemewahan dan kenyamanan diatas segalanya (Tambingon et al., 2018). Muis, Taibe, & Adi (2019), menyimpulkan bahwa gaya hidup hedonis pada dasarnya adalah pola hidup di mana individu cenderung menggunakan sumber daya finansial mereka untuk memuaskan diri dan mengejar kesenangan serta kenikmatan materi mencakup belanja untuk barang-barang mewah, liburan, atau aktivitas sosial yang menghadirkan pengalaman yang menyenangkan. Dapat disimpulkan gaya hidup hedonis menggambarkan orientasi individu terhadap pencarian dan pengalaman kesenangan sebagai inti dari nilai dan praktek hidup mereka sehari-hari. Sifat dan ciri gaya hidup hedonis adalah perilaku atau budaya yang mencari dan memenuhi kesenangan sepanjang hidup. Orang yang menganut gaya hidup hedonis biasanya menghindari kekecewaan yang disebabkan oleh hal-hal yang tidak sejalan dengan aspirasinya karena mereka percaya bahwa kesenangan adalah tujuan utama kehidupan ini (Pontania, 2016).

Gaya hidup hedonis tidak hanya terbatas pada masyarakat umum, tetapi juga merasuki kehidupan kampus yang seharusnya menjadi tempat untuk belajar dan menuntut ilmu. Di lingkungan kampus, terkadang mahasiswa terjebak dalam siklus persaingan untuk memamerkan kepemilikan dan gaya hidup mereka. Kampus seharusnya menjadi ruang yang fokus pada pengembangan akademik dan intelektual, namun sering kali berubah menjadi panggung untuk demonstrasi status sosial dan materi. Hal ini tercermin dalam perilaku konsumtif mahasiswa yang terpengaruh oleh tren dan tekanan sosial, dimana mereka mungkin menggunakan sumber daya finansial mereka untuk

membeli barang-barang mewah atau untuk menunjukkan gaya hidup yang dianggap trendy. Tobing (2019) menemukan bahwa di lingkungan kampus, mahasiswa sering kali terlibat dalam perlombaan tidak hanya untuk mencapai prestasi akademik tetapi juga untuk memamerkan status sosial dan kekayaan melalui konsumsi barang-barang mewah atau pengalaman bersifat hedonistik. Mahasiswa yang menunjukkan perilaku konsumtif mengubah gaya hidup mereka karena mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan dasar dan tersier mereka, yang menempatkan mereka dalam posisi sulit ketika harus memprioritaskan pemenuhan kebutuhan di atas pilihan gaya hidup (Yuliyus & Susilawati, 2021). Mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis memerlukan pengakuan dari lingkungan, cenderung mencontoh teman sebaya, mudah terbawa kegiatan membeli barang yang dilakukan teman sebayanya, mahasiswa yang kelewatan menyesuaikan diri dalam lingkungan untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosialnya dengan begitu mahasiswa akan berperilaku konsumtif, yaitu membeli sesuatu tidak sesuai kebutuhan, tetapi hanya untuk memenuhi rasa puas dan mengikuti kemauan sesaat saja (Anggreini & Mariyanti, 2014).

Gaya hidup individu yang memiliki sifat konsumtif dipengaruhi oleh pendapatan orang tua, Penelitian mengungkapkan bahwa jika semakin tinggi pendapatan orang tua, maka akan semakin tinggi juga tingkat perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa (Devi Hendriyani, 2014). Ini berarti bahwa kecenderungan untuk menghabiskan uang untuk barang-barang konsumsi yang mewah atau berharga tinggi lebih mungkin terjadi pada mahasiswa yang berasal dari latar belakang ekonomi yang lebih mapan. Dan jika tidak dikendalikan maka peningkatan ini dapat menyebabkan pengaruh negatif, seperti kesulitan finansial di masa depan (Cahyaningtyas & Gufron, 2023). Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa pendapatan orang tua tidak hanya mempengaruhi tingkat konsumsi materi individu, tetapi juga menandakan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak dalam mendukung perkembangan suatu individu di lingkungan akademik dan sosial (Islamiwati, 2021).

Jenis kelamin juga mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, penelitian (Yahya et al., 2023), tentang perilaku konsumtif dalam perspektif gender yang menuliskan bahwa mahasiswa perempuan lebih bisa mengontrol keinginan untuk berperilaku konsumtif dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Namun, (Alkalah, 2020) yang mengatakan bahwa perempuan memiliki probabilitas berperilaku konsumtif lebih tinggi dari pada laki-laki. Sedangkan, penelitian (Lestary, 2021) menuliskan bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari jenis kelamin.

Menurut Rudianto (2018), mahasiswa sering kali terlibat dalam perilaku konsumtif yang dapat meningkatkan risiko masalah keuangan di masa depan. Penelitian tersebut didukung oleh Alfina (2017) yang menemukan bahwa mahasiswa rentan terhadap pengaruh gaya hidup hedonis dan tekanan sosial untuk membeli barang-barang konsumtif yang mungkin melebihi kemampuan finansial mereka. Perilaku konsumtif sering mencakup kecenderungan untuk membeli barang-barang mewah, gadget terbaru, dan gaya hidup yang lebih berfokus pada citra diri dan status sosial dari pada pemenuhan kebutuhan dasar atau pengelolaan keuangan yang bijaksana.

Bagi mahasiswa yang mementingkan hal-hal seperti penampilan, daya tarik, dan mode menjadi pertimbangan utama. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial di masyarakat yang paling rentan terhadap pengaruh mode, tren, dan gaya hidup masa kini (Bewani, 2019). Ada kemungkinan mahasiswa yang saat ini tengah menekuni pencarian jati diri akan menjadi incaran kaum elit kapitalis dan dengan demikian menjadi kawasan industri yang menguntungkan seperti mahasiswa kerap mengikuti tren yang ada di pasar. Mahasiswa sering menghabiskan waktu mereka di luar hanya untuk bersenang-senang bersama teman-teman, misalnya dengan nongkrong di kafe, berbelanja di mall, membeli poster idol mereka, atau bahkan merokok dan membeli barang branded. Mereka percaya bahwa dengan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut, mereka dapat diterima atau diakui dalam lingkungan mereka (Nadzir, 2015). Kecenderungan tersebut bisa mengendalikan dirinya sehingga melahirkan sifat hedonisme.

Perilaku konsumsi lebih banyak terjadi pada mahasiswi Program Studi Pendidikan Kedokteran Universitas Baiturrahmah, dengan remaja putri lebih banyak melakukan perilaku konsumsi dibandingkan remaja putra, berdasarkan penelitian (Khairat et al., 2019) yang mengkaji hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumsi pada mahasiswi. menyatakan bahwa mayoritas peserta Program Studi Pendidikan Kedokteran semester IV Universitas Baiturrahmah Padang memiliki gaya hidup yang sangat hedonis. Mayoritas peserta Program Studi Pendidikan Kedokteran semester IV Universitas Baiturrahmah Padang menunjukkan tingkat konsumsi yang signifikan. Berdasarkan hasil analisis data, pada mahasiswa semester IV Program Studi Pendidikan Kedokteran Universitas Baiturrahmah Kota Padang terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif, ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi Pearson untuk gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif sebesar 0,497 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Sementara itu penelitian oleh (Ade Wiguna & Setiabudhi, 2021) terdapat hubungan positif yang cukup signifikan antara kedua variabel, yaitu hubungan perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis pada mahasiswa psikologi Universitas 45 Surabaya. Berdasarkan hasil uji perhitungan korelasi, kedua variabel tersebut, yaitu gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan nilai $r = 0,299$ dan $\text{sig.} = 0,020$ ($p < 0,05$).

Didukung oleh penelitian (Tambingon et al., 2018) yang berjudul "Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas SAM Ratulangi Kota Manado," mahasiswa Fakultas Ekonomi Unsrat sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya yang luas, sehingga mudah dikenali oleh teman-temannya dengan melihat tren terkini. Selain itu, tidak ditemukan di Fakultas Ekonomi Unsrat bahwa mahasiswa yang berpenampilan cantik dan mewah itu hedonisme karena dianggap sesuai dengan kemampuan finansialnya dan tidak melakukan tindakan yang tidak etis demi meningkatkan kondisi keuangannya. Bagi remaja berusia 17 hingga 24 tahun, tekanan dari teman sebaya sangatlah penting. Hal ini terutama berlaku

mengingat kemajuan teknologi yang memudahkan mereka mengikuti tren terbaru dalam hal mode, makanan, dan hiburan. Remaja juga dipengaruhi oleh budaya asing, seperti *boyband* dan *girlband* dari negara lain, serta artis yang menjalani kehidupan mewah. Hal ini dapat menyebabkan pelajar bercita-cita untuk terlihat seperti idola mereka, yang dapat berdampak negatif seperti menunda kelulusan selama lebih dari lima tahun atau bahkan putus kuliah, serta tidak mematuhi atau gagal memenuhi kewajiban akademis mereka.

Dilihat dari perbandingan mahasiswa sosial dengan mahasiswa saintek penelitian terdahulu diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa sosial lebih berpeluang bergaya hidup hedonis dan berperilaku konsumtif. Mahasiswa sering menunjukkan perubahan sosial ini, yang cenderung mengubah kebiasaan, cara hidup, dan cara memandang hal-hal baru di sekitar mereka yang terus berubah. Mereka juga menunjukkan perilaku sosial yang memungkinkan mereka beradaptasi dan berinteraksi dengan baik dengan orang lain, yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis siswa ini semakin lazim (Patricia & Handayani, 2014). maka dari itu inilah alasan peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa fakultas ekonomi karena fenomena diatas dan menggambarkan permasalahan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mereka. Meskipun pendapatan orang tua tidak selalu mendukung gaya hidup hedonis yang mereka pilih, banyak mahasiswa terus mengorbankan keuangan untuk barang-barang mewah demi menjaga citra sosial mereka. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan ketidaksadaran akan nilai-nilai ekonomi yang bijaksana, tetapi juga menggambarkan dominan keinginan yang mendorong keputusan konsumsi mereka.

Memang tidak ada salahnya untuk menikmati masa muda dengan membeli barang-barang yang diinginkan, seperti yang disampaikan oleh (Tambingon et al., 2018). Namun, dalam pengamatan penulis, banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas terpengaruh oleh sifat hedonis. Mereka cenderung terlibat dalam gaya hidup yang menekankan pada kesenangan instan dan kepuasan materi, seringkali menghabiskan sumber daya finansial mereka untuk membeli barang-barang mewah dan mengikuti *trend* yang tidak selalu sesuai dengan kebutuhan atau

kemampuan ekonomi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena gaya hidup hedonis tidak hanya terbatas pada masyarakat umum, tetapi juga dapat mempengaruhi populasi akademik, termasuk mahasiswa di lingkungan Universitas.

Perilaku konsumtif membuat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan uang saku untuk membeli barang yang mendukung gaya hidupnya demi terlihat kaya, padahal pekerjaan dan pendapatan orang tuanya tidak sesuai dengan gaya hidup hedonis mahasiswa tersebut. Seperti banyaknya mahasiswa yang membeli handphone bermerek, barang-barang *branded* / Mahal, dan pemborosan lainnya demi menjaga gengsi, menghabiskan waktu dan uang hanya untuk kesenangannya semata tanpa memikirkan hal itu menjadi kebutuhannya atau tidak, seperti nongkrong di tempat-tempat mahal untuk mengikuti *trend* dan ingin mendapatkan *validasi* dari lingkungannya. Membeli sesuatu bukanlah hal yang buruk, bahkan hal itu sudah menjadi hal yang lumrah selama pembelian tersebut benar-benar diperlukan. Masalah saat ini muncul ketika seseorang membeli sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan, melainkan karena keinginan yang sangat kuat.

Oleh karena itu, penulis tertarik dalam melakukan penelitian ini yang berjudul **“Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas”**.

1.2 Rumusan Masalah

Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas adalah signifikansi dan dampak dari gaya hidup hedonis terhadap keputusan konsumsi mereka. Mahasiswa dalam lingkungan ini sering kali terlibat dalam pengeluaran yang tidak selaras dengan pendapatan atau kebutuhan ekonomi mereka, yang mungkin dipengaruhi oleh dorongan untuk mengejar status sosial atau untuk mempertahankan citra tertentu. Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis sering kali tidak dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan, melainkan lebih mempertimbangkan keinginan pribadi dan mendapatkan pengakuan sosial.

Sesuai dengan latar belakang diatas, penelitian ini mempunyai rumusan masalah. Rumusan masalah tersebut yakni :

Bagaimana hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini yakni :

Untuk mengetahui hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pertama, Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori ekonomi perilaku konsumen. *Kedua*, Penelitian ini akan menggali hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi, yang dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi keputusan konsumsi mereka. *Ketiga*, Dengan menganalisis fenomena ini menggunakan teori ekonomi, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana preferensi konsumen terbentuk, bagaimana harga dan pendapatan mempengaruhi perilaku konsumtif, serta bagaimana perilaku konsumtif ini dapat berdampak pada keputusan ekonomi individu dan kelompok. *Keempat*, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru dalam memahami bagaimana teori-teori ekonomi dapat diaplikasikan untuk memprediksi atau mengelola perilaku konsumtif yang tidak rasional atau tidak seimbang, seperti yang sering terjadi dalam konteks gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Dengan memahami hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pihak kampus dan orang tua mahasiswa, tentang bagaimana gaya hidup hedonis

mempengaruhi keputusan konsumsi mereka. Informasi ini dapat digunakan untuk merancang program-program pendidikan atau pelatihan yang memperkuat kesadaran akan manajemen keuangan yang bijaksana di antara mahasiswa. Dan hasil penelitian ini juga dapat memberikan masukan kepada praktisi dan penasihat keuangan suatu lembaga atau organisasi mengenai strategi yang dapat digunakan untuk membantu mahasiswa mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif, mengurangi perilaku konsumtif yang tidak sehat, dan mempromosikan perilaku konsumen yang lebih rasional dan berkelanjutan di masa depan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian tetap fokus dan memudahkan pembahasan, ruang lingkup penelitian harus dibatasi dan ditentukan. Hal ini akan membantu memastikan bahwa tujuan penelitian tercapai dengan mencegah pengalihan atau perluasan masalah.

Penelitian ini fokus membahas hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas.

