

PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PRAMUGARI MASKAPAI PENERBANGAN "X"

Nesa Lydia Patricia, Sri Handayani
Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul
Jln Arjuna Utara Tol Tomang - Kebon Jeruk, Jakarta 11510
trojane_patricia@rocketmail.com

Abstract

As a front liner of an Airlines, the Flight Attendants are required to maintain their performance. Demands of the profession coupled with the desire to be an elegant appearance are driving the Flight Attendants to a consumptive behavior. One of the factors that purchase influence to the flight attendant's consumptive behavior is the hedonic lifestyle. This research was conducted to determine whether there is a positive influence of the hedonic lifestyle to the consumptive behavior on the "X" airlines Flight Attendants. This research is a quantitative study involved 39 of The "X" Airlines Flight Attendants. Sample was taken by census method and processed with linear regression. The instrument used are the hedonic lifestyle and consumptive behavior scale with reliability coefficient (α) 0.884 for the hedonic lifestyle with 41 valid items and reliability coefficient (α) 0.928 for the consumptive behavior with 27 valid items. Analyse outcome of linear regression shows the (p) value = 0,00 ($P < 0,05$) which means there is a positive significant influence of the hedonic lifestyle to the consumptive behavior on The "X" airlines Flight Attendants.

Keywords : *flight attendant, hedonic lifestyle, consumptive behavior*

Abstrak

Pramugari adalah *front liner* dari perusahaan penerbangan yang dituntut untuk senantiasa menjaga penampilan. Tuntutan profesi tersebut ditambah dengan keinginan untuk tampil menarik mengarahkan pramugari berperilaku konsumtif. Penelitian ini melihat pengaruh positif gaya hidup terhadap gaya hidup hedonis pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional, dengan melibatkan 39 orang pramugari Maskapai Penerbangan "X". Teknik sampling yang digunakan adalah sampel jenuh. Instrumen penelitian berupa kuesioner gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Masing-Masing kuesioner memiliki tingkat reliabilitas (α) 0,884 untuk gaya hidup hedonis dengan 41 item valid dan (α) 0,928 untuk perilaku konsumtif dengan 27 item valid. Berdasarkan hasil analisis regresi linier didapatkan nilai signifikansi (p)=0,00 ($p < 0,05$), artinya ada pengaruh positif signifikan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". Semakin tinggi gaya hidup hedonis pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X", maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Kata kunci : pramugari, perilaku konsumtif, gaya hidup hedonis

Pendahuluan

Dewasa ini globalisasi sudah merambah ke seluruh bangsa-bangsa di dunia termasuk Indonesia. Globalisasi terjadi hampir diseluruh aspek kehidupan termasuk bidang sosial ekonomi yang dapat dikatakan telah meningkatkan taraf kehidupan masyarakat. Namun demikian globalisasi juga berdampak pada berubahnya tata nilai hidup manusia. Yang pertama adalah sifat individualisme, yaitu sifat yang mementingkan diri sendiri. Hal ini sangat bertentangan dengan budaya Indonesia yang lebih mengutamakan kebersamaan. Sifat individualisme mengingkari kodrat manusia sebagai makhluk sosial. Yang kedua adalah hedonisme, yaitu gemar huru-hara. Kehidupan hanya digambarkan sebagai kesenangan belaka dan tidak ada kerja keras. Ketiga sekularisme, yaitu sikap yang memisahkan antara agama dan urusan dunia. Agama hanya di pandang

sebagai proses ritual yang kadang-kadang bertentangan dengan kesenangan dunia. Dan yang terakhir adalah konsumerisme, yaitu sifat menghamburkan uang untuk sesuatu yang tidak perlu. Barang lebih di tentukan oleh gaya bukan fungsinya (Sutardi, 2007).

Perkembangan industri yang pesat pada era globalisasi ini membuat penyediaan barang masyarakat menjadi berlimpah. Dengan begitu masyarakat akan dengan mudah tertarik untuk mengonsumsi barang karena banyak sekali pilihan yang ada. Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, berubah menjadi kebutuhan primer, dan barang-barang mewah telah menjadi kebutuhan sekunder, bahkan malah menjadi kebutuhan primer. Sama halnya dengan barang-barang kebutuhan tersier, pada saat ini juga telah banyak yang menjadi kebutuhan utama, yang biasanya berupa fasilitas-

fasilitas yang membuat kesenangan semata seperti tempat karaoke, tempat hiburan malam dan lain sebagainya (Chatijah dan Purwadi, 2007). Lina dan Rosyid (Wahyudi, 2013) menuturkan bahwa kebiasaan dan gaya hidup masyarakat berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah kehidupan mewah dan cenderung berlebihan yang pada akhirnya menimbulkan pola hidup konsumtif.

Pola hidup yang konsumtif sangat terlihat dari perilaku pembelian masyarakat. Konsumen membeli barang-barang ataupun jasa yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Artinya, seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata (Sumartono, 2002).

Robbers dan Jones (Naomi dan Mayasari 2008) berpendapat bahwa perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan perilaku berbelanja yang berlebihan telah membawa dampak buruk bagi lingkungan hidup. Pertama, dari segi input dalam memproduksi suatu produk berarti penggunaan sumber daya yang boros, karena melebihi takaran yang seharusnya diperlukan. Dampak kedua adalah tingginya aktifitas terakhir perilaku konsumsi yaitu disposisi sebuah produk. Artinya pembuangan produk yang dilakukan oleh konsumen telah berlebihan sehingga lingkungan harus menerima buangan pemakaian produk yang cukup tinggi (Naomi dan Mayasari 2008).

Dampak negatif perilaku konsumtif lainnya yaitu terjadinya pemborosan dan in-efisiensi biaya. Secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Hal ini disebabkan individu selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya akan tetapi kegiatan pembelian tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga timbulnya rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi (Suyasa dan Fransiska 2005).

Perilaku konsumtif sebagian besar memang dilakukan kaum wanita. Perilaku konsumsi wanita yaitu lebih tertarik pada warna dan bentuk, bukan pada hal teknis dan kegunaannya, mudah terbawa arus bujukan penjual, cepat merasakan suasana toko, dan senang melakukan kegiatan berbelanja walau hanya *windows shopping* (melihat-lihat tetapi tidak membeli) (Tambunan, 2001). Fenomena ini juga terjadi pada wanita yang berprofesi sebagai Pramugari. Sebagai *front liner* dari sebuah perusahaan penerbangan yang berhadapan langsung dengan penumpang atau pemakai jasa penerbangan, Pramugari dituntut untuk selalu berpenampilan menarik, memiliki postur tubuh proporsional dan juga memiliki intelegensi yang baik.

Perusahaan penerbangan pada umumnya memberlakukan peraturan yang ketat untuk menjaga penampilan diri para Pramugari seperti penuturan captain WN kepada peneliti mengenai Pramugari berperan penting sebagai *front liner* sebuah perusahaan penerbangan maka untuk menjaga penampilan diri Pramugari dilakukan pengukuran secara berkala. Pada kenyataannya bukan hanya karena tuntutan dari perusahaan namun wanita menyadari penampilan fisik yang menarik sangat membantu statusnya dalam bidang bisnis maupun perkawinan. Status pada dasarnya mengarah pada posisi yang dimiliki seseorang dalam sejumlah kelompok atau organisasi dan *prestige* melekat pada posisi tersebut (Hurlock, 2002). Berger menjelaskan status berarti berhubungan dengan peran seseorang (Anggraini, 2012).

Dalam menjalankan perannya sebagai Pramugari, tingginya standar yang ditetapkan perusahaan penerbangan untuk menjaga penampilan diri seorang Pramugari membuat profesi ini memiliki citra atau *image* tersendiri di mata masyarakat. Adanya tuntutan profesi juga ditambah dengan keinginan untuk tampil menarik dan menunjukkan status sosial yang ia dapatkan dari menjalani profesi tersebut memaksa beberapa Pramugari untuk berperilaku konsumtif.

Dari hasil wawancara peneliti dengan LS seorang Pramugari Maskapai Penerbangan "X" ia menuturkan bahwa pendapatan Pramugari berkisar dari 10 sampai dengan 20 juta perbulan dengan pengeluaran terbesar untuk perawatan kecantikan dan berbelanja. Ia kerap kali berbelanja barang-barang mewah yang berasal dari luar negeri yang *branded*. Penuturan LS diatas sejalan dengan hal yang dikemukakan Chaney (2004) bahwa munculnya perilaku konsumtif disebabkan gaya hidup budaya barat. Pembelian barang bermerek dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang. LS gemar berbelanja barang-barang bermerek dengan harga relatif mahal untuk kepuasan dirinya dan demi menunjang penampilannya yang notabene membawa *image* dari perusahaan tempat dia bekerja menjalani profesi sebagai Pramugari.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasari atas pertimbangan rasional. Apabila perilaku tersebut dibiarkan terus-menerus akan mengakibatkan terjadi tindakan pemborosan (Astuti, 2013).

Implikasi perilaku konsumtif pada pembentukan kehidupan masyarakat yang etis yakni seorang yang berperilaku konsumtif merasa tidak cukup dengan apa yang dimilikinya. Hal ini mendorong individu memenuhi standar kebutuhan yang lebih

tinggi dari kebutuhan fungsional. Hal ini membuat individu sibuk mementingkan kepentingan pribadi dan tidak sempat memikirkan kepentingan orang lain apalagi untuk berbagi sebagian miliknya dengan orang lain seperti yang diajarkan agama. Dampak lainnya, individu akan memenuhi kebutuhannya dengan segala cara yang tidak etis termasuk melakukan tindakan kriminal seperti pencurian, korupsi, dan lain-lain (Mayasari dan Naomi, 2008).

Pada Pramugari, fenomena yang terjadi ini dikhawatirkan dapat menjadi persoalan psikologis yang serius ketika perilaku konsumtif tersebut menyebabkan besarnya pengeluaran daripada pendapatan yang mereka dapatkan setiap bulannya. Salah satu akibatnya tagihan kartu kredit membengkak ataupun mengandalkan subsidi dari pasangan menjadi alternatif Pramugari untuk menunjang gaya hidup dan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh Pramugari.

Kecenderungan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yang pada intinya dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal (Engel, Blackwell & Miniard, 1995; Kotler, 2006). Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Triyaningsih bahwa kebanyakan orang yang melakukan perilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti *trend* gaya hidup. (Triyaningsih, 2011).

Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana, gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk. Dengan demikian, gaya hidup adalah aspek utama yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk. Gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukkan citra seseorang. Gaya hidup yang ditunjukkan dalam variasi keputusan citra rasanya. Dalam hal merek, merek bukanlah sekedar nama. Di dalamnya terkandung sifat, makna, arti dan isi produk bersangkutan. Bahkan dalam perkembangannya lebih lanjut merek akan menandai simbol dan status dari produk tersebut (Anggraini, 2012)

Gaya hidup adalah pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Seorang yang cenderung berpenghasilan besar akan dengan mudah mengalokasikan uangnya untuk kesenangan dan kemewahan tanpa memikirkan nominal. Pada wawancara yang dilakukan peneliti dengan WL seorang

Pramugari Maskapai Penerbangan Nasional, diperoleh keterangan bahwa Pramugari memiliki gaya hidup glamor yang berorientasi pada kesenangan.

Menjalani gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan merupakan salah satu upaya Pramugari melepaskan kelelahan setelah bekerja. Hal tersebut tidak hanya terjadi pada saat mereka menginap disuatu daerah, akan tetapi dalam kehidupan sehari-hari pun demikian. Sesama profesi Pramugari dan awak pesawat yang lain yang berbeda *airline* biasanya mereka saling mengenal dan terkadang juga mengadakan pesta *clubbing* pada sebuah tempat hiburan malam yang biasa mereka beri sebutan *Crew Nite*. Dalam acara *crew nite* ini biasanya diikuti oleh Pramugari dan *air crew* dari berbagai *airline*.

Kebiasaan senang-senang dan *clubbing* memang sudah seperti menjadi gaya hidup Pramugari. Selain itu hal ini disebabkan karena senioritas di maskapai sangat tinggi sehingga para junior mengikuti gaya hidup seniornya dan gaya hidup tersebut akhirnya menjadi sebuah warisan bagi juniornya. Hal tersebut sejalan dengan temuan penelitian Anggraini yang menemukan bahwa tingginya intensitas komunikasi dengan *peer group* dapat mempengaruhi wanita pada pembentukan sikap dan identitas dirinya yang diwujudkan dalam gaya hidup tertentu (Anggraini, 2012).

Berdasarkan gambaran tentang perilaku atau gaya hidup Pramugari di atas, mereka telah memiliki nilai yang menetap, dimana nilai menurut Kluckhohn (Mulyana, 2004) adalah konsepsi tersurat dan tersirat yang sifatnya membedakan individu atau ciri-ciri kelompok dari apa yang diinginkan, yang mempengaruhi tindakan, pilihan terhadap cara, tujuan antar dan tujuan akhir. Nilai diperoleh dari hasil belajar dan pembentukannya dipengaruhi oleh kelompok referensi (*reference group*) yang dalam hal ini adalah senior sebagai referensi perilaku pada Pramugari dan juga model penting bagi dirinya. Nilai yang ada pada Pramugari dalam konteks budaya mengarahkan mereka pada perilaku yang secara umum konsumtif, dimana mereka melakukan tindakan-tindakan untuk mencapai kesenangan. Nilai yang mengarahkan individu untuk mencapai kesenangan atau menikmati hidup menurut Schwartz (wikipedia, 2006) disebut Hedonisme. Gaya hidup hedonis yang ada pada Pramugari ini mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktivitas tersebut berupa mengabdikan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Pada satu sisi, banyak orang menilai bahwa gaya hidup dan kehidupan hedonis, pada dasarnya, merupakan penyakit sosial. Penyakit yang muncul

karena manusia telah kehilangan orientasi kemanusiaan serta kepekaan pada situasi dan kondisi sosial-kultural masyarakat di sekitarnya yang masih bergemilang kemiskinan dan kebodohan. Akan tetapi fenomena ini menjadi bertambah menarik untuk dibahas bahwa pada sisi lain, pada orang-orang yang memperlihatkan atau mempraktekkan gaya hidup dan kehidupan hedonis termasuk wanita yang berprofesi sebagai Pramugari, mereka berpendapat bahwa apa yang mereka lakukan tersebut sebagai sesuatu yang wajar dan merupakan urusan pribadi; berada pada wilayah *private* seseorang; jadi tidak perlu diperdebatkan. Semua yang mereka lakukan itu, karena mempunyai kelebihan dari orang lain. dan dengan kelebihan tersebut, mereka harus mendapat kesenangan, kenikmatan, serta gemerlapan, yang penting tidak merugikan serta mengganggu orang lain.

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "apakah terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan X"

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Rancangan penelitian ini termasuk dalam tipe desain penelitian eksplanatori kausal untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat antar variabel dan menjelaskan secara deskriptif hasil-hasil pengolahan datanya (Sugiyono, 2008). Variabel terikat pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif dan variabel bebasnya adalah gaya hidup hedonis.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampel jenuh dengan jumlah sampel adalah 39 orang yaitu seluruh pramugari maskapai penerbangan "X". Uji validitas menggunakan validitas konstruk. Item dikatakan valid bila nilai koefisien validitas per item berada pada nilai diatas 0,3 (Sugiyono, 2009). Reliabilitas alat ukur pada penelitian ini akan diuji dengan teknik *internal consistency*, yaitu mencoba alat ukur sekali saja untuk memperoleh data yang akan dianalisis dengan rumus tertentu (Sugiyono, 2009). Pengkategorisasian berdasarkan nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi (Azwar, 2012). Sedangkan untuk gambaran perilaku konsumtif berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya peneliti menggunakan perhitungan *Crosstab* untuk melihat pengaruh faktor lama bekerja, penghasilan, status pernikahan dan usia terhadap perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X".

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil analisa uji reliabilitas dengan menggunakan *alpha cronbach*, diperoleh hasil bahwa nilai koefisien reliabilitas perilaku konsumtif setelah uji coba sebesar (p)=0,928 (sangat reliabel) dan gaya hidup hedonis sebesar (p)=0,884 (reliabel).

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data *One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas Perilaku Konsumtif sebesar 0,202 dan Gaya Hidup Hedonis sebesar 0,200. Angka probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data penelitian telah berdistribusi dengan normal.

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X"

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 32.943 + 0,416 X$$

Dimana X adalah Gaya Hidup Hedonis dan Y adalah Perilaku konsumtif. Konstanta sebesar 32.943 artinya jika Gaya hidup hedonis (X) nilainya adalah 0, maka Perilaku Konsumtif (Y') nilainya yaitu sebesar 32.943. Koefisien regresi variabel harga (X) sebesar 0,416 artinya jika skor gaya hidup hedonis meningkat sebesar 1 poin, maka perilaku konsumtif (Y') akan mengalami peningkatan sebesar 0,416 poin. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X".

Berdasarkan besarnya nilai sig yang didapatkan sebesar 0,000, jika dibandingkan dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ maka : sig.< α maka dapat disimpulkan bahwa Haditerima artinya Terdapat pengaruh positif Gaya Hidup Hedonis secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X".

Nilai R yang didapatkan adalah 0,641 maka dapat disimpulkan antara gaya hidup hedonis (X) dengan perilaku konsumtif (Y) memiliki hubungan yang kuat. Kemudian untuk melihat seberapa besar kontribusi gaya hidup hedonis mempengaruhi perilaku konsumtif digunakan rumus Koefisien Penentu (KP) dengan perhitungan sebagai berikut: KP = R Square x 100% = 0,411 x 100% = 41,1%. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai "X" dipe-

ngaruhi oleh gaya hidup hedonis sebesar 41,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Hawkins (2007) yang mengatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, dimana dikatakannya gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Hawkins (2007) juga mengatakan gaya hidup juga seringkali dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu. Ini berarti, dalam membeli suatu produk Pramugari mengacu pada gaya hidup yang dianutnya.

Pada penelitian ini juga didapatkan hasil penelitian dimana perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X" dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis. Mengutip hasil wawancara peneliti dengan salah satu Pramugari Maskapai Penerbangan "X" yang telah dipaparkan pada latar belakang penelitian ini bahwa kebanyakan Pramugari mempunyai gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan yang disebut dengan gaya hidup hedonis. Hal tersebut didukung oleh dunia kerja yang menyediakan fasilitas tak kalah glamor yakni apabila Pramugari Maskapai Penerbangan "X" melaksanakan tugas terbang maka mereka seluruh *crew* yang bertugas mendapatkan fasilitas antar-jemput dan menginap di hotel bintang 4. Selain itu Pramugari mendapatkan tunjangan kecantikan, memiliki seragam hasil rancangan perancang terkenal bahkan tas dan sepatu sebagai seragam yang diberikan perusahaan dalam melaksanakan tugas adalah tas dan sepatu *branded*.

Image pekerjaan glamor yang disandang dan fasilitas yang diperoleh Pramugari membuat wanita yang memiliki profesi sebagai Pramugari terbiasa dimanjakan oleh berbagai kemewahan fasilitas dari perusahaan penerbangan. Gaya hidup yang ada pada Pramugari menciptakan sebuah citra yang diwariskan turun-temurun dari senior kepada juniornya. Demikian Pramugari berusaha menunjukkan kelas sosial yang mereka tersebut yaitu kelas sosial menengah dengan melakukan perilaku konsumtif terhadap barang dan jasa untuk menunjukkan kelas sosialnya. Menurut Mangkunegara (2002) karakteristik perilaku konsumtif dari kelas sosial menengah yaitu cenderung membeli barang untuk menunjukkan kekayaannya, membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit. Karakteristik tersebut terlihat pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". Beberapa orang dari mereka memiliki mobil dengan cara sistem kredit, Pramugari Maskapai Penerbangan "X" juga berlomba-lomba berbelanja barang-barang *branded* seperti produk *fashion*,

handphone, tas, jam tangan bahkan produk kosmetik dengan harga mahal untuk menunjukkan status yang ia miliki.

Gambaran Perilaku Konsumtif

Dari keseluruhan subjek, 35,8 % subjek termasuk dalam kategori perilaku konsumtif yang rendah, 6 orang termasuk dalam kategorisasi perilaku konsumtif yang sedang dan 19 orang (48,7%) berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi.

Pramugari Maskapai Penerbangan "X" gemar berbelanja barang-barang mewah yang tercermin dari jawaban subjek yang berada pada tingkat perilaku konsumtif yang tinggi menyatakan bahwa: saya gemar membeli barang-barang mahal, saya membeli barang impor untuk menjaga status saya mengenakan pakaian mahal untuk menjaga gengsi serta yaitu saya senang barang-barang bermerek yang saya pakai dipuji teman-teman saya. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingginya perilaku konsumtif yang ada pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X" dilakukan untuk menunjukkan simbol dan status atau gengsi yang mereka dapatkan dalam menjalani profesi tersebut. Pramugari berbelanja barang-barang *branded*, membeli barang impor dengan harga mahal untuk menunjukkan *image* nya pada rekan sesama Pramugari, dan juga masyarakat. Hal ini sejalan dengan penuturan (Wahyudi, 2013) bahwa berbelanja pada akhirnya menjadi aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) terlebih kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain sebagai simbol status, gengsi, dan *image* manusia modern.

Gambaran Gaya Hidup Hedonis

Dari 39 orang subjek didapatkan 19 orang subjek (48,7%) termasuk dalam kategorisasi gaya hidup hedonis yang tinggi, 6 orang (15,4%) termasuk pada tingkat gaya hidup hedonis sedang dan 4 orang (35,9%) berada pada kategori rendah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang tinggi.

Beberapa menyatakan subjek yang memiliki gaya hidup hedonis yang tinggi menyatakan bahwa barang-barang yang saya miliki harus mahal dan *branded*, lalu 14: tiada hari tanpa jalan-jalan ke Mal dan item 15: Setiap minggu saya meluangkan waktu untuk pergi ke karaoke, selanjutnya item no 16: hidup mewah akan membuat saya bahagia dan item no 18: saya memakai *smart phone* keluaran terbaru dengan fitur-fitur kecanggihannya. Dari hal ini dapat

disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis yang tinggi yang ada pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X" dari dimensi aktivitas adalah dengan bergembira ke karaoke, jalan-jalan ke Mal dan membeli barang-barang mahal termasuk *handphone*, sementara jika dilihat dari segi opini yakni Pramugari Maskapai Penerbangan "X" meyakini bahwa kehidupan mewah membawa kebahagiaan bagi diri mereka dan dalam segi minat sangat terlihat mereka gemar barang-barang mewah dan *branded*. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Adlin (Masmuadi dan Rachmawati, 2007) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan gaya hidup yaitu adanya penilaian terhadap suatu produk yang ditentukan oleh pola pikir dan nilai-nilai dimana masyarakat tersebut berada dan dapat ditularkan. Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X" tentu saja nilai-nilai hedonis yang mereka miliki diwariskan dari senior kepada juniornya yang menyebabkan tingginya tingkat gaya hidup hedonis pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". Hal ini seperti yang diungkap Anggraini (2012) dalam penelitiannya mengenai pengalaman Komunikasi Konsumen Wanita dengan Gaya Hidup *Brand minded*. Penelitian ini menemukan bahwa identitas diri adalah penting bagi setiap wanita. Dalam proses mencari identitas dirinya wanita dalam kehidupan berkelompok yang memiliki intensitas yang tinggi dengan kelompok referensinya akan dapat mempengaruhi wanita pada pembentukan sikap dan identitas diri yang diwujudkan dalam gaya hidup tertentu.

Hasil Crosstab Perilaku Konsumtif dan Faktor Eksternal dan Internal

Berdasarkan beberapa data tambahan yang merupakan faktor eksternal atau internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif subjek mengenai lama bekerja, usia, penghasilan perbulan dan status perkawinan, yang di hitung dengan tabulasi silang dengan data yang peneliti dapatkan dari subjek, keempat faktor diatas tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X".

Kesimpulan

Pertama berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif gaya hidup hedonis secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X". Hal ini mengandung pengertian semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X" dan Gaya Hidup Hedonis memberikan kon-

tribusi terhadap perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X" sebesar 41,1%.

Kedua berdasarkan hasil kategorisasi pada Gaya Hidup Hedonis diketahui bahwa responden dengan gaya hidup hedonis tinggi (48,7%) lebih banyak bila dibandingkan dengan responden yang memiliki gaya hidup hedonis sedang (15,4%) dan rendah (35,9%). Sama halnya dengan hasil kategorisasi perilaku konsumtif responden yang memiliki perilaku konsumtif tinggi (48,7%) lebih banyak bila dibandingkan dengan responden yang memiliki perilaku konsumtif sedang (15,4%) dan rendah (35,9%).

Terakhir berdasarkan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang di ukur pada penelitian ini, faktor lama bekerja, penghasilan, usia, dan status pernikahan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif.

Daftar Pustaka

- Anggasari, Rina E. Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi* No. 4, 1997
- Anggraini, Elvira. Pengalaman Komunikasi Konsumen Wanita Dengan Gaya Hidup Brand Minded. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro. 2012
- Astuti, Endang Dwi. Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *eJournal Psikologi*. Vol. I. No. II, hal : 148-156. 2013
- Azwar, Saifuddin. Penyusunan skala psikologi. Pustaka Pelajar. Yogyakarta, 2012
- Azwar, Saifuddin. (2004). Reliabilitas dan validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. (2012). Jumlah dan Persentase Penduduk Miskin, Garis Kemiskinan, Indeks Kedalaman Kemiskinan (P1), dan Indeks Keparahan Kemiskinan (P2) Menurut Provinsi, September 2012. Diakses 10 desember 2013, dari www.bps.go.id
- Badudu, J.S. dan Zain, Muhammad. (2002). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Chaney & Bitta, 2000, Perilaku Konsumen, Alih Bahasa Budiyo. 1994. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Chatijah, Siti dan Purwadi, (2007). "Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja, Jurnal Humanitas". Vol. 4 No. 2 hal. 110-123
- Engel, J. F. Balckwel, R. D. & Miniard, P. W. (1995). Perilaku Konsumen Edisi keenam Jilid II. Alih Bahasa: F. X. Budiyanto, Jakarta: Bina Seni Rupa Aksara
- Hempel, L., 1996. Environmental Governance : The Global Challenge. Washington D. C : Islan Press
- Hurlock. E.B. Alih Bahasa: Istiwidayanti dan Soedjarno. Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Irmawati dan Waskito, Jati. (2012). Green Lifestyle Warga kota Solo. Benefit jurnal manajemen dan bisnis Vol. 16, No.1, Hal.45-57
- Iswannaji, Chaidir .(2003). "Menghadapi Sistem Globalisasi". Jurnal Penelitian Inovasi hal. 60-64
- Kanisius.(2011). Kecil Bahagia, Muda Foya-Foya, Tua Kaya-Raya, Mati Maunya Masuk Surga. Yogyakarta : Kanisius (Anggota IKAPI).
- Kasali, Rhenald. (1998). Membidik Pasar Indonesia. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2000). Managemen Pemasaran. Edisi Milenium. Alih bahasa: Damos Sihombing, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, P & Amstrong, G.(1997). Principlis Of Marketing. Edisi 3. Alih Bahasa: Sindoro dan Molan. Jakarta: Prenhalindo
- Kuntarto, Niknik M. (2011). Cermat Dalam Berbahasa Teliti Dalam Berpikir. Edisi Kedua. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Kushendrawati, Margareta Selu. (2006). Masyarakat Konsumen Sebagai Ciptaan Kapitalisme Global : Fenomena Budaya Dalam Realitas Sosial . Jurnal Makara Sosial Humaniora Vol. X No. II, hal. 49-57
- Levant's dan Linda. (2003). What Is Metroseksual Eaurasel.New Delhi. Journal of International.
- Lee, H. J., Lim, H., Jolly, L. D., & Lee, J. (2009).Consumer Lifestyles and Adoption of High-Technology Products: a Case of South Korea. Journal of International Consumer Marketing, XXI, Hal.153-167.
- Lina dan Rosyid, H.F. (1997).Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi. No.IV Tahun XI, Hal. 5-13.
- Masmuadi dan Rachmawati. (2007). Hubungan antara Konsep Diri dengan Kecenderungan Gaya Hidup hedonis pada Remaja. Skripsi. Yogyakarta : Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
- Martha. Hartati, S., dan Setyawan, M. (2008). Correlation Among Self-Esteem With A Tendency Hedonist Lifestyle Of Students At Diponegoro University. Journal of Psychology.
- Naomi, Prima. dan Mayasari, Iin. (2008). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Siswa SMA Dalam Perilaku Pembelian Kompulsif : Perspektif Psikologi. Portal Jurnal UPI Tahun VII Ino. VIII oktober 2008
- Prastowo, Andi. (2012). Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian.Jogjakarta : Ar-Ruzz Media
- Purwaningwulan, M Maulin. (2013). Sihir Iklan dalam Menstimulasi Perilaku Konsumtif Anak-Anak. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. Vol. III No. 1 Hal. 63-70
- Santrock, John W. (2011). Life-Span Development Perkembangan Masa-Hidup.Edisi ketigabelas. New york. The McGraw-Hill
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (1997). Psikologi Remaja. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Simanjuntak, Evie R. (2010). Pengaruh gaya hidup terhadap Adopsi Produk Berteknologi Tinggi. Journal of business and Execution Vol.2 No.2 hal 179-192
- Sugiyono.(2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta

- Sumartono.(2002). Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan. Televisi.Bandung : Alfabeta.
- Susanto, Angga S. (2013). Membuat Segmentasi berdasarkan Life Style. Jurnal Jibeka Vol. VII. No. II hal. 1-6
- Susianto.(1993). Studi Gaya Hidup sebagai Upaya Mengenal Kebutuhan Anak Muda".Jurnal Psikologi dan Masyarakat.Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Suyasa, P ,Tommy Y.S & Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran.Jurnal 3Phorenesis.Vol.VII. No.II. Hal.172-198.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Perilaku Konsumtif.On-line <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.diakses: 10 desember 2013
- Triyaningsih, SL. 2011.Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat.Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. III, No. II, Hal : 172-177
- Utami, Herlin Putri. (2008). Perilaku Konsumtif pada Sales Promotion Girl (SPG) ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis. Semarang. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Katolik soegijapranata.