



---

## PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA REMAJA

### *THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON ONLINE SHOPPING ON TEENAGERS*

Firda Tazqiyatu Rohmah<sup>1</sup>, Firda Silviahana<sup>2</sup>, Amanda Titasyfa<sup>3</sup>, Zaini Ibrahim<sup>4</sup>,  
Wahyu Hidayat<sup>5</sup>

Perbankan Syariah, Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten  
Email : [Firdatazqiyaturohmahh@gmail.com](mailto:Firdatazqiyaturohmahh@gmail.com)<sup>1</sup>, [Silviahanafirda@gmail.com](mailto:Silviahanafirda@gmail.com)<sup>2</sup>, [Titasyfaamanda@gmail.com](mailto:Titasyfaamanda@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[Zainiibrahim@uinbanten.ac.id](mailto:Zainiibrahim@uinbanten.ac.id)<sup>4</sup>, [Wahyu.hidayat@uinbanten.ac.id](mailto:Wahyu.hidayat@uinbanten.ac.id)<sup>5</sup>

---

#### Article Info

##### Article history :

Received : 19-06-2024

Revised : 21-06-2024

Accepted : 23-06-2024

Published : 28-06-2024

#### Abstract

*This research aims to examine the influence of lifestyle and consumer behavior on online shopping among teenagers. The development of information and communications technology has brought about significant changes in teenagers' consumption patterns and lifestyles, with online shopping becoming an increasingly common phenomenon. Factors such as ease of access, variety of product choices, as well as attractive promotions and discounts from e-commerce platforms encourage teenagers to shop online impulsively. This research used a descriptive quantitative approach with the help of the SPSS 22 program for data analysis, involving 35 teenagers as samples taken using simple random sampling techniques. The research results show that lifestyle and consumer behavior have a significant influence on online shopping activities among teenagers.*

**Keywords :** *online shopping, consumer behavior, lifestyle.*

---

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh gaya hidup dan perilaku konsumtif terhadap belanja online pada remaja. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi dan gaya hidup remaja, dengan belanja online menjadi fenomena yang semakin umum. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, ragam pilihan produk, serta promosi dan diskon menarik dari platform e-commerce mendorong remaja untuk melakukan belanja online secara impulsif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan bantuan program SPSS 22 untuk analisis data, melibatkan 35 remaja sebagai sampel yang diambil melalui teknik simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh signifikan terhadap aktivitas belanja online pada remaja.

**Kata Kunci :** *belanja online, perilaku konsumtif, gaya hidup.*

#### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada pola konsumsi dan gaya hidup. Contoh perubahan yang paling mencolok adalah kemunculan dan pertumbuhan pesat e-commerce atau



belanja online. Belanja online sudah menjadi sebuah fenomena global yang mempengaruhi berbagai kelompok usia, termasuk remaja.

Remaja merupakan salah satu kelompok demografis yang paling adaptif terhadap teknologi, telah menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk mengadopsi belanja online. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses, ragam pilihan produk, kemudahan transaksi, serta daya tarik promosi dan diskon yang ditawarkan oleh berbagai platform e-commerce. Di sisi lain, belanja online juga membawa implikasi terhadap gaya hidup dan perilaku konsumtif remaja.

Gaya hidup remaja di zaman ini sangat dipengaruhi oleh berbagai tren dan perkembangan digital. Media sosial dan juga platform e-commerce saling berinteraksi dalam membentuk persepsi dan preferensi remaja terhadap produk dan layanan. Pengaruh dari lingkungan pertemanan, influencer, dan juga iklan online seringkali mendorong remaja untuk melakukan pembelian yang impulsif dan tidak terencana, yang pada akhirnya mengarah pada perilaku konsumtif.

Belanja online adalah platform di internet tempat barang dan jasa ditawarkan kepada pengguna. Pengunjung dapat melihat produk-produk dalam bentuk gambar, foto, atau video di toko online ini. Sebagian besar proses belanja dilakukan secara virtual melalui internet. Pemakaian internet oleh remaja telah mengintegrasikan belanja online sebagai bagian tak terpisahkan dari gaya hidup mereka. Berpartisipasi dalam penggunaan internet memungkinkan remaja untuk mengakses berbagai fasilitas yang disediakan, terutama dalam konteks belanja.

Belanja secara online memberikan kemudahan seperti penghematan biaya, pengiriman langsung ke rumah, pembayaran melalui transfer elektronik, dan harga yang lebih terjangkau. Hal ini membuat pengguna merasa lebih nyaman karena tidak perlu mengunjungi pasar yang ramai atau mal untuk membeli barang yang diinginkan. Selain itu, belanja online memungkinkan remaja untuk berbelanja kapan saja tanpa harus menunggu waktu luang atau liburan. Dengan demikian, peran internet ini telah membawa perubahan signifikan dalam gaya hidup remaja, khususnya dalam praktik belanja mereka.

Banyaknya minat masyarakat terhadap belanja online disebabkan oleh kemudahan dalam memperoleh barang yang diinginkan. Prosesnya sederhana, yaitu pengguna hanya perlu memilih produk dari gambar yang tersedia di akun toko online, melakukan pemesanan langsung, dan melakukan pembayaran melalui transfer elektronik. Kemudahan ini menjadikan belanja online sebagai pilihan yang sangat praktis dan mudah digunakan.

Perilaku konsumtif ini merupakan sebuah perilaku yang berdampak pada aspek finansial, tetapi juga pada aspek psikologis dan sosial. Contohnya, kecenderungan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan dapat menyebabkan ketidakpuasan diri dan masalah manajemen keuangan. Lain dari itu, perilaku konsumtif dapat berpengaruh terhadap interaksi sosial remaja, baik dalam lingkungan keluarga maupun pertemanan.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yakni : (1) Faktor budaya, terdiri dari budaya sebagai penentu keinginan dan perilaku, subbudaya dan kelas sosial. (2) Faktor sosial, terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status. (3) Faktor pribadi, terdiri dari usia dan



daur siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. (4) Faktor psikologis, terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan dan sikap.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji pengaruh gaya hidup dan perilaku konsumtif belanja online pada remaja. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dan mempengaruhi kehidupan remaja secara keseluruhan. Melalui pendekatan yang komprehensif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika belanja online di kalangan remaja dan implikasinya terhadap perkembangan mereka.

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi berbagai pihak, termasuk orang tua, pendidik, dan pembuat kebijakan, dalam merumuskan strategi yang efektif untuk mengelola dan meminimalisir dampak negatif dari perilaku konsumtif belanja online pada remaja. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam literatur akademik mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup remaja pada era digital ini.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh gaya hidup dan perilaku konsumtif belanja online pada remaja. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan sistem program komputer Statistical (SPSS 22) dengan analisis normalitas, linearitas dan regresi sederhana. Populasi yang menjadi sasaran penelitian adalah para remaja, dengan jumlah sampel adalah 35 orang remaja dengan menggunakan teknik simple random sampling dengan menggunakan Google form sebagai teknik pengambilan sampelnya. Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi atau sebagian kecil dari anggota populasi yang diambil sesuai prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi. Dengan hasil frekuensi yang didapatkan sebagai berikut:

**GAYA HIDUP 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	5	13.9	14.3	14.3
	Setuju	16	44.4	45.7	60.0
	Tidak Setuju	13	36.1	37.1	97.1
	Sangat Tidak Setuju	1	2.8	2.9	100.0
	Total	35	97.2	100.0	
Missing	System	1	2.8		
Total		36	100.0		

**GAYA HIDUP 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	2	5.6	5.7	5.7
	Setuju	14	38.9	40.0	45.7
	Tidak Setuju	18	50.0	51.4	97.1
	Sangat Tidak Setuju	1	2.8	2.9	100.0
	Total	35	97.2	100.0	
Missing	System	1	2.8		
Total		36	100.0		

**GAYA HIDUP 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	6	16.7	17.1	17.1
	Setuju	17	47.2	48.6	65.7
	Tidak Setuju	11	30.6	31.4	97.1
	Sangat Tidak Setuju	1	2.8	2.9	100.0
	Total	35	97.2	100.0	
Missing	System	1	2.8		
Total		36	100.0		

**PERILAKU KONSUMTIF 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	23	63.9	65.7	65.7
	Setuju	10	27.8	28.6	94.3
	Tidak Setuju	2	5.6	5.7	100.0
	Total	35	97.2	100.0	
Missing	System	1	2.8		
Total		36	100.0		

**PERILAKU KONSUMTIF 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	14	38.9	40.0	40.0
	Setuju	17	47.2	48.6	88.6
	Tidak Setuju	4	11.1	11.4	100.0
	Total	35	97.2	100.0	
Missing	System	1	2.8		
Total		36	100.0		

**PERILAKU KONSUMTIF 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	2	5.6	5.7	5.7
	Setuju	5	13.9	14.3	20.0
	Tidak Setuju	19	52.8	54.3	74.3
	Sangat Tidak Setuju	9	25.0	25.7	100.0
	Total	35	97.2	100.0	
Missing	System	1	2.8		
Total		36	100.0		

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Pengertian Gaya Hidup**

Gaya hidup merujuk pada cara individu atau kelompok manusia menjalani kehidupan sehari-hari mereka. Ini mencakup segala aspek aktivitas, kebiasaan, nilai-nilai, preferensi, dan pilihan yang mempengaruhi cara seseorang berinteraksi dengan dunia di sekitarnya. Gaya hidup tidak hanya mencakup tindakan-tindakan konkret seperti pola makan, aktivitas fisik, dan kegiatan sehari-hari, tetapi juga mencakup aspek-aspek psikologis, sosial, dan budaya yang membentuk identitas individu.

Adapun faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup:

1. Budaya dan Nilai – nilai

Nilai-nilai yang dianut secara budaya atau personal, seperti pentingnya keluarga, kebebasan individual, atau komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan.

2. Lingkungan Sosial dan Ekonomi

Status sosial, pendidikan, dan akses terhadap sumber daya yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk membuat pilihan gaya hidup.

3. Teknologi dan Globalisasi

Pengaruh teknologi modern dan konektivitas global terhadap gaya hidup, termasuk akses terhadap informasi, media sosial, dan pola konsumsi.

4. Perkembangan Pribadi dan Tujuan Hidup

Perubahan dalam kehidupan seseorang, seperti transisi keluarga, perubahan karier, atau perubahan nilai-nilai pribadi yang mempengaruhi pilihan gaya hidup.

Memahami gaya hidup seseorang tidak hanya memberikan gambaran tentang bagaimana mereka menjalani kehidupan sehari-hari, tetapi juga dapat memberikan wawasan yang dalam tentang kesehatan dan kesejahteraan mereka. Gaya hidup yang sehat dan seimbang sering kali



terkait erat dengan kualitas hidup yang lebih baik, sementara gaya hidup yang tidak sehat dapat berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental seseorang.

#### **a. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Definisi dari perilaku konsumtif adalah perilaku pembelian tanpa pertimbangan yang kuat dan mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan. Keinginan melakukan pembelian produk secara berlebihan menjadi awal munculnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada masyarakat Indonesia sangat tinggi. Jika perilaku konsumtif terus dilakukan tanpa berpikir panjang, maka akan mengakibatkan tindakan boros, artinya individu tidak dapat membedakan mana yang benar benar dibutuhkan serta mana yang hanya menjadi keinginan.

Perilaku konsumtif juga merupakan suatu perilaku yang ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat keinginan semata.

Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena yang saat ini banyak terjadi, meskipun tidak semua masyarakat berperilaku konsumtif, tetapi sebagian dari masyarakat mereka melakukan perilaku konsumtif dimana mereka membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu di butuhkan atau selain mengutamakan kebutuhan pangan, papan dan sandang.

Ciri-ciri Perilaku Konsumtif diantaranya adalah :

- 1) Membeli barang atau jasa tanpa perencanaan sebelumnya atau tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya.
- 2) Lebih memperhatikan nilai simbolis atau status sosial yang terkait dengan barang atau merek tertentu daripada fungsinya.
- 3) Memiliki kecenderungan untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk barang-barang yang mungkin tidak diperlukan secara esensial.
- 4) Bergantung pada utang atau kartu kredit untuk membeli barang, yang dapat menyebabkan akumulasi hutang yang signifikan.
- 5) Prioritas dalam membeli barang yang memenuhi keinginan pribadi daripada memenuhi kebutuhan dasar atau investasi jangka panjang.
- 6) Meskipun membeli barang baru, individu tidak merasa puas dan terus mencari pembelian baru untuk memenuhi keinginan atau ekspektasi mereka.

Adapun faktor-faktor Penyebab Perilaku Konsumtif yaitu :

- a) Pengaruh Media dan Iklan: Promosi produk yang intensif dan manipulatif dapat mendorong konsumsi yang tidak rasional.
- b) Trend dan Budaya Konsumtif: Tekanan sosial untuk mengikuti tren dan gaya hidup tertentu dapat mendorong perilaku konsumtif.



- c) Teknologi dan Ketersediaan Barang: Akses mudah ke berbagai produk dan layanan melalui online atau ritel dapat memicu impuls untuk membeli.
- d) Psikologis dan Emosional: Perasaan seperti stres, kebosanan, atau kesepian dapat mendorong seseorang untuk membeli barang sebagai bentuk penghiburan atau kepuasan.

Dengan ini perilaku konsumtif dapat memunculkan beberapa dampak diantaranya :

- 1) Hutang berlebihan, kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial, dan risiko kebangkrutan.
- 2) Konsumsi yang berlebihan dapat berkontribusi pada masalah lingkungan seperti limbah dan polusi.
- 3) Perasaan tidak puas atau tergantung pada kepuasan instan dapat mengganggu kesehatan mental seseorang.
- 4) Fokus pada pemenuhan keinginan materiil dapat mengganggu kualitas hidup secara keseluruhan.

### **Pengertian Belanja Online**

Belanja online adalah proses pembelian barang atau jasa melalui internet. Belanja online memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk memilih dan membeli produk atau layanan dari kenyamanan rumah mereka sendiri atau di mana pun mereka berada. Konsumen dapat menjelajahi berbagai pilihan produk, membandingkan harga, dan membaca ulasan dari pengguna lain sebelum membuat keputusan pembelian.

Belanja online sering kali disertai dengan penawaran, diskon, dan promosi yang menarik. Platform e-commerce dan aplikasi sering menawarkan kode promo, kupon diskon, atau penawaran spesial lainnya yang tidak selalu tersedia di toko fisik. Hal ini dapat menghemat biaya bagi konsumen dan memberikan nilai tambah pada pengalaman berbelanja mereka.

Beberapa platform e-commerce juga menggunakan teknologi untuk menyajikan rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi konsumen berdasarkan riwayat pembelian atau penelusuran mereka sebelumnya. Ini meningkatkan pengalaman pengguna dengan menyederhanakan proses penemuan produk yang relevan dan sesuai minat.

Selain itu platform e-commerce menyediakan akses ke berbagai macam produk dan merek dari seluruh dunia. Ini memungkinkan konsumen untuk menemukan barang yang mungkin sulit ditemukan di toko lokal mereka, atau untuk membandingkan berbagai opsi sebelum memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Belanja secara online dinilai lebih praktis dan cepat untuk memperoleh barang - barang yang diinginkan seperti pakaian, jilbab, tas, sepatu, sandal, aksesoris, kosmetik dan lainnya, oleh karena kepraktisan inilah para remaja menjadi sulit mengendalikan diri dan hal ini menimbulkan



kecanduan dalam belanja yang mana pada akhirnya menjadikan mahasiswa berperilaku boros, karena dalam penggunaannya mahasiswa tidak lagi memikirkan seberapa besar barang tersebut dibutuhkan melainkan hanya terfokus pada keinginan dalam belanja produk-produk online.

Kemajuan dalam logistik dan pengiriman telah meningkatkan kemudahan belanja online. Banyak platform menawarkan opsi pengiriman cepat atau bahkan gratis, serta kemampuan untuk melacak status pengiriman secara real-time. Selain itu, layanan pelanggan yang tersedia secara online memungkinkan konsumen untuk mengajukan pertanyaan, mengatasi masalah, atau mengembalikan produk dengan lebih mudah.

Namun, belanja online juga memiliki beberapa tantangan, seperti risiko keamanan data pribadi, potensi penipuan online, atau ketidaksesuaian produk dengan harapan konsumen. Penting bagi konsumen untuk berhati-hati dan memilih platform yang terpercaya serta melindungi informasi pribadi mereka.

Secara keseluruhan, belanja online telah mengubah cara konsumen berbelanja dengan memberikan lebih banyak pilihan, kenyamanan, dan nilai tambah. Ini terus menjadi tren yang dominan dalam perdagangan ritel global, memungkinkan konsumen untuk menjalani gaya hidup yang lebih efisien dan terhubung secara global.

### **Pengaruh Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja**

Di era digital saat ini, belanja online semakin populer dan dilirik oleh masyarakat. Salah satu tempat belanja online yang paling terkenal adalah e-commerce. Secara umum, e-commerce (perdagangan elektronik) adalah aktivitas jual beli barang atau jasa serta transmisi dana atau data melalui jaringan elektronik, terutama internet. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah transaksi konvensional menjadi transaksi elektronik, memungkinkan jual beli barang atau jasa dilakukan secara online dengan memanfaatkan jaringan internet.

Pengguna e-commerce, baik sebagai penjual maupun pembeli, terus bertambah karena berbagai keunggulan yang ditawarkan. E-commerce memungkinkan transaksi dilakukan kapan saja, dari mana saja, serta dapat menghemat biaya. Shopee adalah salah satu marketplace berbasis mobile yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 di Singapura dan dengan cepat memperluas jaringannya ke berbagai negara seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee saat ini populer di berbagai kalangan masyarakat, terutama remaja karena menawarkan kemudahan, kepraktisan, efisiensi, dan harga yang terjangkau. Shopee menarik konsumen dengan berbagai promosi, metode pembayaran yang mudah, gratis ongkir, serta harga barang yang lebih murah.

Namun, kemudahan yang ditawarkan oleh e-commerce juga membawa dampak negatif, terutama dalam bentuk perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal, serta adanya dorongan untuk memenuhi keinginan semata. Perilaku konsumtif ini banyak terjadi





di kalangan masyarakat, terutama di perkotaan dan di kalangan remaja, yang dikenal sebagai kaum milenial. Perkembangan internet yang makin cepat serta berbagai penawaran menarik dari e-commerce membuat masyarakat, terutama remaja, semakin cenderung bersikap konsumtif.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uang serta cara mengalokasikan waktu. Gaya hidup memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada remaja. Gaya hidup yang konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan pada kenikmatan, kesenangan, dan kepuasan dalam mengonsumsi barang secara berlebihan. Remaja sebagai bagian dari generasi muda seringkali terpengaruh oleh tren dan gaya hidup yang populer di kalangan mereka.

Kampus adalah salah satu contoh tempat remaja memperoleh pengetahuan dan bersosialisasi, seringkali menjadi ajang pameran penampilan dan gaya hidup. Remaja yang memiliki kemampuan finansial lebih mudah terpengaruh untuk memenuhi gaya hidup konsumtif tersebut dan mengutamakan penampilan, gengsi, dan mengikuti lingkungan sekitar. Perilaku konsumtif ini, jika dibiarkan, dapat mengubah gaya hidup remaja menjadi kebiasaan yang sulit diubah, dan mengalihkan fokus mereka dari orientasi masa depan ke gaya hidup saat ini.

## HASIL PEMBAHASAN

### Uji Normalitas Shapiro-Wilk

Pada tahun 1965 S.S. Shapiro dan M.B. Wilk dalam tulisannya yang berjudul “An analysis of variance test for normality (complete samples)”, memperkenalkan sebuah metode/cara untuk uji normalitas data. Metode ini dikenal dengan nama Uji Shapiro-Wilk dan terdapat dalam beberapa software statistik seperti SPSS dan excel.

### UJI NORMALITAS

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
GAYA HIDUP	.130	35	.142	.946	35	.085
PERILAKU KONSUMTIF	.217	35	.000	.929	35	.027

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas maka dapat diketahui nilai signifikasi Gaya Hidup 0,085 dan nilai signifikasi Perilaku konsumtif 0,027 dimana nilai signifikasi keduanya lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.



**Uji Linearitas**

Uji Linearitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan tak bebas apakah linear atau tidak. Linear diartikan hubungan seperti garis lurus. Uji linearitas umumnya digunakan sebagai persyaratan analisis bila data penelitian akan analisis menggunakan regresi linear sederhana atau regresi linear berganda. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel-variabel bebas dan tak bebas penelitian tersebut terletak pada suatu garis lurus atau tidak. Konsep linearitas mengacu pada pengertian apakah variabel-variabel bebas dapat digunakan untuk memprediksi variabel tak bebas dalam suatu hubungan tertentu.

**UJI LINEARITAS**

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F
PERILAKU KONSUMTIF * GAYA HIDUP	Between Groups	(Combined) 27.646	7	3.949	2.429
		Linearity	1	6.184	3.804
		Deviation from Linearity	6	3.577	2.200
	Within Groups	43.897	27	1.626	
	Total	71.543	34		

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas maka dapat diketahui nilai signifikansi 0,074 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara “Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja”

**Uji Regresi Linear Sederhana**

Analisis uji regresi merupakan suatu kajian dari hubungan antara satu variabel, yaitu variabel yang diterangkan (*the explained variabel*) dengan satu atau lebih variabel, yaitu variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Apabila variabel bebasnya hanya satu, maka analisis regresinya disebut dengan regresi sederhana. Apabila variabel bebasnya lebih dari satu, maka analisis regresinya dikenal dengan regresi linear berganda. Dikatakan berganda karena terdapat beberapa variabel bebas yang mempengaruhi variabel tak bebas.

1. Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.294 <sup>a</sup>	.086	.059	1.407

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP



Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas menyatakan bahwa nilai R square dari variable Gaya Hidup remaja tentang belanja online sebesar 0,086 sehingga dapat dikatakan baik karena R square lebih besar dari 0.05 maka R2 sebesar 8,6%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja sebesar 8,6%.

## 2. Uji T (Uji Hipotesis)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.622	.878		5.266	.000
	GAYA HIDUP	.213	.121	.294	1.767	.086

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan hasil Uji T (uji hipotesis) diatas dinyatakan bahwa nilai signifikansi 0,086 lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan variable independent tidak berpengaruh signifikansi terhadap variable dependent. Persamaan regresi yang diperoleh  $4,622 - 0,213X$

Nilai konstanta yang diperoleh 4,622 maka bisa diartikan bahwa jika variable independent dinilai 0 (konstanta), maka variable dependent bernilai 4,622.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perkembangan e-commerce dalam belanja online memberikan banyak kemudahan dan keuntungan, namun juga memicu perilaku konsumtif terutama di kalangan remaja dan mahasiswa. Selain itu belanja online sering kali mendorong perilaku konsumtif pada remaja, yang ditandai dengan pembelian impulsif dan berlebihan, sering kali tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya. Perilaku konsumtif dapat menyebabkan masalah keuangan, ketidakpuasan diri, dan dapat mempengaruhi interaksi sosial remaja baik dalam lingkungan keluarga maupun pertemanan.

Untuk mengatasi dampak negatif ini, perlu adanya edukasi mengenai manajemen keuangan yang baik dan pentingnya nilai-nilai non-material. Pendidikan dari orang tua, sekolah, serta kampanye sosial dari perusahaan e-commerce dapat membantu remaja menjadi lebih bijak dalam mengelola keuangan dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Sedangkan berdasarkan uji normalitas dan linearitas, ditemukan bahwa gaya hidup dan perilaku konsumtif remaja berhubungan secara signifikan dengan belanja online, yang menunjukkan bahwa perubahan dalam gaya hidup digital dapat mempengaruhi perilaku konsumsi remaja.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial Di Blitar. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4).
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. D. (2018). *Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari*.
- Mulyati, S. (2023). Pengaruh Transaksi E-Commerce Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)*, 8. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1>
- Perdana Oskar, D., Wenda Prinoya, R., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform Tiktok. *Jurnal Ekobistek*, 442–447. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 53–65. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.372>
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11, 1–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i101>
- Triningtyas, D. A., & Margawati, T. M. (2019). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Online Shopping Pada Remaja. In *Maret 2019* (Vol. 5, Issue 1). <http://ojs.ikipmataram.ac.id/index.php/jurnalkependidikan/>
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4194>
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Sederhana*. [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pendidikan\\_1\\_dir/3218126438990fa0771ddb555f70be42.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/3218126438990fa0771ddb555f70be42.pdf)