



Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Pembelian Sneakers (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bandar Lampung)

Try Oustin

Faculty Of Economics And Business, University Of Bandar Lampung

Email: Tryaustin98@gmail.com

Habiburahman Habiburahman

Faculty Of Economics And Business, University Of Bandar Lampung

Email: habiburahman@ubl.ac.id

Alamat: Jalan. Zainal Abidin Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kedaton, 35142, Bandar Lampung,
Indonesia

Korespondensi Penulis: Tryaustin98@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of social media and lifestyle on the consumptive behavior of the Z generation in purchasing sneakers. This type of research uses qualitative research by distributing questionnaires to students at Bandar Lampung university with total of 52 respondents. The results of this study indicate the social media influences consumptive behavior. Generation Z in purchasing sneakers while lifestyle variables have no effect on the consumptive behavior of generation Z in purchasing sneakers.*

Keywords: *Consumptive Behavior, Generation Z, Influence of Social Media, Lifestyle, Sneakers*

Abstrak. Tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi z pada pembelian sneakers. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menyebarkan kuisioner kepada mahasiswa di universitas Bandar Lampung sejumlah 52 responden. Penelitian ini menyatakan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi z pada pembelian sneakers dan variabel gaya hidup tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi z pada pembelian sneakers.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Generasi Z, Pengaruh Media Sosial, Perilaku Konsumtif., Sneakers

PENDAHULUAN

Pada zaman ini globalisasi melanda perubahan setiap struktur di seluruh bagian dunia. dalam proses itu kemudian banyak menimbulkan dampak pada kehidupan manusia. Begitu kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi melaju sangat cepat dengan adanya kecenderungan pada wilayah – wilayah didunia. Di negara Indonesia sendiri banyak kaum yang menguasai alat produksi dengan sengaja menciptakan kebutuhan baru untuk kehidupan masyarakat di negara ini. Kaum kapitalis melakukan dorongan terhadap bangsa kita untuk mengonsumsi lebih banyak lagi. Kapitalis selalu berusaha melakukan bahwa orang yang sukses itu orang yang punya banyak barang dan punya posisi terhormat (Wibisono,2019)

Menurut kopperschmidt (2000), generasi Z yaitu orang – orang yang hidup pada masa 1995 – 2010. Mereka mendapat julukan generasi internet, sangat beda dengan generasi

milennial yang hidup tahun 1977 – 1994, generasi z sangat berhubungan dengan kemajuan dunia perteknologian seperti handphone dan masuk kategori generasi sangat kreatif.

Dilansir dari sumber <https://finance.detik.com/> (2020) mengetahui adanya laporan yang mengetahui generasi Z adalah generasi yang mengikuti era kemajuan zaman di dunia pada ikut pasa zaman canggih yang membuat mereka para remaja menjadi lebih konsumtif.

Pada generasi anak zaman sekarang hasil survey dilakukan oleh penelitian (puspita dan viola,202) pada awal tahun januari 2022. Pada 30 orang remaja dengan rentan pada usia remaja dibandar lampung. Dalam waktu singkat para remaja suka membeli barang yang sangat tren dengan kebutuhan mereka dan suka ganti – ganti dalam waktu 3 bulan mereka suka membeli barang seperti sepatu yang sangat di sukai para kaum milennial seperti beberapa merek sepatu berupa nike,adidas,puma,new balance dan lain – lain. Media sosial yang saat sangat berguna untuk melakukan komunikasi membantu lebih cepat karena menyediakan layanan internet untuk mempermudah berkomunikasi

Tinjauan Pustaka

2.1 Consumer behavior theory (Teori perilaku konsumen)

Teori dasar ini menjadikan penelitian ini menjadi teori perilaku, perilaku konsumen dilakukan perorangan atau sendiri dalam melakukan pilihan untuk kebutuhan mereka. Financial management behavior kelebihan seseorang dalam bidang melakukan seperti mengolah hal – hal yang sangat dibutuhkan dalam sehari – hari.

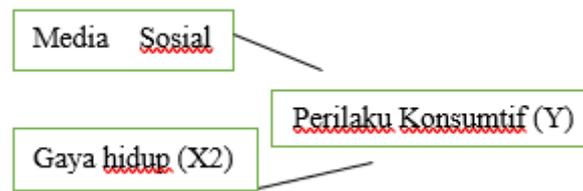
2.2 Media sosial

Media sosial adalah sebuah alat komunikasi canggih yang dilakukan tanpa bertemu secara langsung melainkan menggunakan teknologi komunikasi yang memakai internet.media sosial ini sangat banyak fasilitas yang kita butuhkan dalam komunikasi lebih hemat waktu dan tanpa batas jarak bisa digunakan dimanapun.

2.3 Gaya hidup

Gaya hidup bisa dikatakan sebagai kebutuhan dengan era kemajuan ini menjadikan sesuatu kesenangan dan kebahagiaan sebagai suatu kebutuhan yang mengikuti tren yang sedang musim pada saat ini yang sangat dibutuhkan kaum para remaja yang ikuti zaman maju dan canggih

2.4 Kerangka piker



Companies that have competence in the fields of marketing, manufacturing and innovation can make its as a source to achieve competitive advantage (Daengs GS, et al. 2020:1419).

The research design is a plan to determine the resources and data that will be used to be processed in order to answer the research question. (Asep Iwa Soemantri, 2020:5).

Time management skills can facilitate the implementation of the work and plans outlined. (Rina Dewi, et al. 2020:14)

Standard of the company demands regarding the results or output produced are intended to develop the company. (Istanti, Enny, 2021:560).

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono,2017) berdasarkan Teknik pengumpulan data menggunakan kuantitatif dengan cara memberikan kuisioner dalam pengumpulan data .data yang dilakukan melalui metode kuisioner yang akan diisi oleh mahasiswa yang membeli sneakers di universitas bandar lampung.

3.2. Populasi

Menurut sugino (2017) populasinya yaitu wilayah dilingkungan mahasiswa yang menggunakan sneakers pada kampus universitas bandar lampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data

Deskripsi data sebuah rincian tentang sebuah proses pengujian yang dilakukan dengan mendapatkan gambaran seperti jenis kelamin,umur dan Pendidikan.

4.2. Deskripsi karakteristik responden

Selanjutnya penelitian ini dilakukan dengan jumlah 52 orang yang dibutuhkan dan dapat dilihat pada tabel berikut :

1. Jenis Kelamin

Selanjutnya ini hasil penelitian berdasarkan data seperti di bawah ini :

Tabel 4.1.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	Prosentase
Laki-Laki	34	65.4
Perempuan	188	34.6
Total	52	100.0

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Seperti data diatas yang berdasarkan jenis kelamin yang lebih diminati adalah laki – laki dengan jumlah 34 responden.

2. Umur

Ini adalah hasil dari yang diteliti berdasarkan umur seperti tabel yang dibawah ini :

Tabel 4.1.2 Umur

Umur	F	Prosentase
15-20 tahun	0	0
20-25 tahun	52	100.0
Total	100	100.0

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Sesuai tabel yang diatas bahwa rata – rata umur responden 20 – 25 tahun dan sebanyak 52 responden.

3. Pendidikan

Seperti hasil yang sudah diteliti bisa digambarkan berdasarkan Pendidikan seperti tabel yang dibawah ini:

Tabel 4.1.2 pendidikan

Pendidikan	F	Prosentase
D3	0	0
S1	52	100.0
S2	0	0
Total	52	100.0

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Selanjutnya hasil pada tabel diatas Pendidikan terbanyak yaitu srata 1 (S1) dengan banyak responden 52 orang.

PEMBAHASAN

1.pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z

Media sosial sangat berpengaruh terhadap tingkah laku generasi Z pada mahasiswa universitas bandar lampung. Media sosial membuat seseorang terpengaruh berperilaku konsumtif berawal dari melihat artis di media sosial. Sehingga media sosial menjadi ajang pamer barang atau kepuasan yang sama dalam diri orang tersebut. Begitu penelitian ini yang sudah di uji (Fransisca & Erdiansyah, 2020) disimpulkan bahwa intensias perbincangan yang dilakukan dimedia sosial mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. seperti alat komunikasi berupa media sosial yang dimaksud adalah saling bertukar informasi untuk yang sedang tren sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Seperti yang sudah diteliti menunjukkan tren hidup sangat mempengaruhi generasi Z pada mahasiswa universitas bandar lampung. Menurut Penelitian Philip (2019) Variabel Tingginya intensitas penggunaan media sosial membuat para remaja terhadap suatu pembelian produk yang mengikuti perkembangan tren. Para mahasiswa suka bermerek atau branded. Seperti itu cara mempermudah menarik daya beli konsumen dengan model yang sangat kekinian atau yang sedang buming ..hasil penelitian Mustafa (2020) bahwa gaya hidup merupakan suatu kebiasaan wajar pada mahasiswa. Berkembangnya perilaku pada konsumtif pada mahasiswa semua gender yaitu laki – laki dan perempuan . mahasiswa selalu ikuti tren yang selalu berjalan sesuai zamannya untuk merubah gaya hidup mereka yang sudah menjadi kebutuhannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil sudah diteliti ada variabel media sosial yang membuat terpengaruh perilaku konsumtif dan variabel gaya hidup tidak mempengaruhi perilaku generasi Z dengan pembelian atau penjualan sepatu di kota bandar lampung.

DAFTAR PUSTAKA

Armelia Dan Irianto. 2021. *Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Indonesia Vol. 4 No. 3, 2021 Page 418-426.

- Anggraini Dan Santhoso. 2017. *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja*. Gadjah Mada Journal Of Psychology Volume 3, No. 3, 2017: 131-140.
- Fransisca Dan Erdiansyah. 2020. *Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif*. Jurnal Prologia Eissn 2598 - 0777 Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, Hal 435 – 439.
- Firamadhina Dan Hetty Krisnani. *Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme*. Social Work Jurnal. Volume: 10 Nomor: 2 Halaman: 199 – 208.
- Fitri Dan Basri. 2021. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 9(2).
- Khrishananto Dan Adriansyah.2021. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Generasi Z*. Jurnal Ilmiah Psikologi Volume 9 No 2. Juni 2021.
- Khoeriah. 2020. *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna Electronic Money Di Bandar Lampung*. Skripsi Dipublikasi. Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.
- Lutfiyah. 2020. *Pengaruh Brand Image Media Sosial Dangaya Hidup Hedonisme Terhadap Minat Belanja Online*. Skripsi Dipublikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Surabaya.
- Lubis Etc. 2017. *The Effect Of Social Media To Cultural Homecoming Tradition Of Computer Students In Medan*. Procedia Computer Science 124 (2017) 423–428.
- Mustomi Dan Puspasari. 2020. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Penelitian volume 4, Nomor 1. 2020.
- Philip. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Sneakers Branded Oleh Generasi Z Di Surabaya*. Jurnal Agora Vol. 7, No. 2.
- Qurniawati Dan Nurohman. 2018. *Ewom Pada Generasi Z Di Sosial Media*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol. 20, No. 2. 2018.
- Ramadhan Dan Simanjuntak. 2018. *Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, Dan Konsep Diri*. Jur. Ilm. Kel. & Kons., September 2018, P: 243 – 254.
- Silalahi. 2020. *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online*. Jurnal Sistem Volume 3, Nomor 2, Juni. 2020.
- Siswantini. 2021. *Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Mahasiswa Upn Veteran Jakarta Di Masa Pandemi*. Jurnal Riset Bisnis Vol 5 (1) (Oktober 2021) Hal: 74 – 85.
- Simangunsong. 2018. *Generation-Z Buying Behaviour In Indonesia: Opportunities For Retail Businesses*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 8, No. 2, Juni 2018.
- Susilawaty. 2020. *Pengaruh Informasi Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Prosiding 4th Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat 2020*.
- Daengs, G. S. A., Istanti, E., Negoro, R. M. B. K., & Sanusi, R. (2020). The Aftermath of Management Action on Competitive Advantage Through Process Attributes at Food

and Beverage Industries Export Import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal Of Criminology and Sociologi*, 9, 1418–1425

Enny Istanti¹), Bramastyo Kusumo²),I.N.(2020).IMPLEMENTASI HARGA,KUALITAS PELAYANAN DAN PEMBELIAN BERULANG PADA PENJUALAN PRODUK GAMIS AFIFATHIN. *Ekonomika* 45, 8(1), 1–10

Iwa Soemantri, Asep et al. 2020. Entrepreneurship Orientation Strategy, Market Orientation And Its Effect On Business Performance In MSMEs. *Jurnal EKSPEKTRA Unitomo* Vol. IV No. 1, Hal. 1-10

Rina Dewi, et al. 2020. Internal Factor Effects In Forming The Success Of Small Businesses.*Jurnal SINERGI UNITOMO*, Vol. 10 No. 1, Hal. 13-21.