

**PENGARUH BUDAYA KONSUMSI DAN POLA KONSUMSI TERHADAP
GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA RANTAU DI *COFFEE SHOP*
PADA MAHASISWA ASAL KOTA PALANGKA RAYA DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

Disusun Oleh:

**Syaukani Noor Akbari
NIM 21107020078**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3486/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH BUDAYA KONSUMSI DAN POLA KONSUMSI TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA RANTAU DI COFFEE SHOP PADA MAHASISWA ASAL KOTA PALANGKA RAYA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SYAUKANI NOOR AKBARI
Nomor Induk Mahasiswa : 21107020078
Telah diujikan pada : Jumat, 15 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Nisrina Muthahari, M.A.
SIGNED

Valid ID: 68a56d1268ede



Penguji I
Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., PhD.
SIGNED

Valid ID: 68a670e9258b3



Penguji II
Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 68a46adde8be4



Yogyakarta, 15 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 68a7ef094d537

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Syaukani Noor Akbari

NIM : 21107020078

Program Studi : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi ini merupakan hasil karya penulis sendiri. Sejauh penulis mengetahui, skripsi yang telah ditulis ini tidak mengandung isi serta materi dari karya penulis lain yang telah dipublikasikan. Kecuali dalam beberapa bagian yang memang penulis gunakan sebagai sumber acuan dalam kepenulisan skripsi ini.

Demikian surat pernyataan keaslian ini saya buat dengan sesungguhnya dengan tujuan agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Yogyakarta, 1 Agustus 2025

Yang menyatakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Syaukani Noor Akbari

21107020078

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada :

Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Syaukani Noor Akbari

NIM : 21107020078

Prodi : Sosiologi

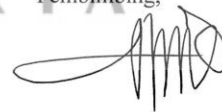
Judul : Pengaruh Budaya Konsumsi dan Pola Konsumsi Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Rantau di *Coffee Shop* pada Mahasiswa Asal Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 1 Agustus 2025
Pembimbing,



Nisrina Muthahari, S.Pd., M.A.
NIP. 19900904 202012 2 012

MOTTO

"Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan"
(QS. Ar-Rahman Ayat 13)

"Jangan anggap dirimu tidak berguna, debu saja diciptakan berguna untuk
tayamum"

"Sebab *Husnudzon* artinya *Husnul Khotimah*"

- KH. Muhammad Zaini bin Abdul Ghani al-Banjari

"Semua orang memiliki gilirannya masing-masing"

- Gol D Roger

"Yang penting bukanlah apa yang kau capai, tetapi apa yang kau yakini dalam
hidup"

- Jiraiya Sensei



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada Ayah dan Ibu tercinta, yang kasihnya menjelma napas bagi setiap langkahku. Di antara banyak hal yang tak mampu kuucapkan, biarlah lembar-lembar ini menjadi ungkapan syukur atas cinta yang tak pernah meminta balas. Mungkin tak seindah harapan kalian, tapi inilah wujud kecil dari upaya panjang seorang anak yang belajar memahami arti keteguhan.

Untuk kekasih, saudara, sahabat, dan para pembimbing yang senantiasa hadir dalam diam dan kata, terima kasih telah menjadi tempat berteduh saat langkahku goyah. Skripsi ini jauh dari sempurna, namun ia lahir dari perjalanan yang tulus dan hati yang terus belajar. Semoga karya ini, sekecil apa pun nilainya, bisa menjadi saksi bahwa ketulusan dan kegigihan tetap punya tempat di tengah ketidaksempurnaan



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala., Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *"Pengaruh Budaya Konsumsi dan Pola Konsumsi terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Rantau di Coffee shop pada Mahasiswa Asal Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta"*. Shalawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam., beserta keluarga, para sahabat, alim ulama, para tuan guru, dan seluruh pendidik yang telah menjadi pelita dalam kehidupan umat manusia hingga hari ini.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari peran banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S. Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak B.J. Sujibto, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama kuliah
5. Ibu Nisrina Muthahari, S.Pd., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan waktu, tenaga serta pengetahuan untuk memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D. dan Dwi Nurlaela Fitria. M.A. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan, kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.

7. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sun an Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan serta kesempatan dalam berbagai pengalaman selama kuliah.
8. Para responden, yaitu mahasiswa asal Kota Palangka Raya di Yogyakarta, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dengan jujur dan penuh tanggung jawab
9. Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa Palangka Raya (IKPMP) Yogyakarta sebagai wadah yang sangat membantu dalam penyebaran dan pengumpulan data
10. Kedua orang tua penulis, Bapak Awaludin Noor dan Ibu Lita Liana S.Ag., M.Pd.I. yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa serta kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan lancar.
11. Kepada kakak saya, Wahid Noor Rahman, S.H., beserta isteri, Ana Hairunnisa, serta adik saya, Salsa Alya Noor Zahra, atas doa, dukungan, dan semangat yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan perhatian mereka menjadi kekuatan moral yang berarti bagi penulis.
12. Dhea Alidiya, terima kasih telah menjadi bagian dari hidupku, membantu saya melewati semua tantangan dengan penuh cinta dan dukungan. Terima kasih telah percaya dan bertahan. Bagiku engkau adalah sumber inspirasi yang tak ternilai
13. Kepada teman-teman: SUN (Sosiologi 21), BLTZ Family, Olang Sukses, Pikaye, 65 Hotel, Kos Cethrine, Bermain di Jogja, Kepluck Corp serta seluruh sahabat seperjalanan yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas canda tawa, bahu yang selalu siap menopang, dan kehadiran yang membuat hari-hari penuh tekanan terasa lebih ringan dan bermakna.
14. Kepada seluruh pelaku industri kopi di Indonesia, mulai dari petani, pengumpul, pengolah/penyangrai, barista, pemilik kedai, hingga seluruh

elemen yang terlibat di dalamnya, atas kontribusi nyata dalam menghadirkan kopi serta menyediakan ruang yang kondusif bagi penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

15. Syaukani Noor Akbari, terima kasih penulis sampaikan kepada diri sendiri, atas ketekunan, kesabaran, dan komitmen yang terus dijaga dalam melalui setiap proses, rintangan, dan keraguan selama penyusunan skripsi ini. Semoga pencapaian ini menjadi pijakan untuk terus belajar dan berkembang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi, metode, maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis dengan lapang dada menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, pembaca, dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang relevan.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Manfaat Praktis.....	5
F. Tinjauan Pustaka.....	5
G. Landasan Teori.....	11
1. Budaya Konsumsi	11
2. Pola Konsumsi.....	12
3. Gaya Hidup Konsumtif	14
4. Teori Konsumtif Thorstein Veblen.....	16
H. Kerangka Berpikir	19
I. Hipotesis	20

J. Metode Penelitian.....	20
K. Sistematika Penulisan.....	26
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	27
A. Kota Yogyakarta sebagai Kota Pelajar dan Budaya	27
B. Perkembangan <i>Coffee shop</i> di Yogyakarta.....	28
C. Mahasiswa Rantau Asal Kota Palangka Raya di Yogyakarta	31
D. Profil IKPMP (Ikatan Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Palangka Raya) ..	32
BAB III PENYAJIAN DATA	35
A. Analisis Statistik Deskriptif.....	35
B. Gambaran Budaya Konsumsi	38
C. Pola Konsumsi	42
D. Gaya Hidup Konsumtif.....	44
E. Uji Asumsi Klasik.....	49
F. Uji Hipotesis	53
BAB IV PENGARUH BUDAYA KONSUMSI DAN POLA KONSUMSI TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA RANTAU DI COFFEE SHOP PADA MAHASISWA ASAL KOTA PALANGKA RAYA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.....	57
A. Gambaran Budaya Konsumsi Mahasiswa Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	58
B. Gambaran Pola Konsumsi Mahasiswa Palangkaraya di D.I. Yogyakarta .	60
C. Gambaran Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Palangkaraya di D.I. Yogyakarta.....	62
D. Pengaruh Budaya Konsumsi Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Rantau di <i>Coffee shop</i> pada Mahasiswa Asal Kota Palangka Raya di D.I. Yogyakarta.....	64

E. Pengaruh Pola Konsumsi Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Rantau di <i>Coffee shop</i> pada Mahasiswa Asal Kota Palangka Raya di D.I. Yogyakarta.....	68
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	80



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Definisi Operasional.....	21
Tabel 1. 2 Skala Likert.....	23
Tabel 3. 1 Hasil Statistik Deskriptif Jenis Kelamin.....	35
Tabel 3. 2. Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Usia	35
Tabel 3. 3. Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Uang Saku	36
Tabel 3. 4. Hasil Statistik Deskriptif berdasarkan Durasi Tinggal	37
Tabel 3. 5. Hasil Statistik Deskriptif Rata-rata Kunjungan	37
Tabel 3. 6. Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 3. 7. Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 3. 8. Hasil Uji Linearitas	51
Tabel 3. 9. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52
Tabel 3. 10. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 3. 11. Hasil Uji Hipotesis (uji t).....	54
Tabel 3. 12. Hasil Uji Simultan (F)	55
Tabel 3. 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 3. 1 Persentase Kebiasaan Konsumsi	38
Gambar 3. 2. Persentase Frekuensi Konsumsi	39
Gambar 3. 3. Persentase Waktu Konsumsi	41
Gambar 3. 4. Persentase Kebutuhan Primer.....	42
Gambar 3. 5. Persentase Kebutuhan Sekunder.....	43
Gambar 3. 6. Persentase Simbol Status.....	45
Gambar 3. 7. Persentase Barang Tidak Produktif	46
Gambar 3. 8. Persentase Pemenuhan Keinginan	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	80
Lampiran 2. Input Data SPSS.....	84
Lampiran 3. Hasil Output SPSS	88
Lampiran 4. Lampiran Kuesioner Google Form	95
Lampiran 5. Bukti Distribusi Kuesioner ke Responden	99
Lampiran 6. Jumlah Populasi	100
Lampiran 7 Curriculum Vitae	101



ABSTRAK

Konsumsi berkembang dari sekedar memenuhi kebutuhan menjadi representasi identitas sosial dan gaya hidup, yang terlihat jelas pada kebiasaan mahasiswa rantau yang menjadikan *coffee shop* sebagai bagian budaya konsumsi dan simbol status sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara budaya konsumsi dan pola konsumsi dengan gaya hidup konsumtif di *Coffee shop* pada mahasiswa Palangkaraya di Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuantitatif deskriptif yang berbasis survei online. Total populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota grup WhatsApp Ikatan Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Kota Palangka Raya (IKPMP) yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta, yang berjumlah 91 anggota. Metode pengumpulan data menggunakan Google Form yang disebar pada grup WhatsApp IKPMP dan dokumentasi. Kemudian metode analisis data menggunakan bantuan software SPSS v. 25, yang mana terdiri dari uji kualitas data, asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara budaya konsumsi terhadap gaya hidup konsumtif (H1); dan pengaruh yang signifikan dan positif antara pola konsumsi dengan gaya hidup konsumtif di *Coffee shop* pada mahasiswa rantau IKPMP (H2). Temuan ini memperkuat konteks kehidupan mahasiswa yang sedang berada dalam proses adaptasi sosial dan kultural. *Coffee shop* sebagai ruang sosial sekaligus simbol gaya hidup, menjadi wadah di mana konsumsi tidak hanya dimaknai secara ekonomis, tetapi juga sebagai media ekspresi, pengakuan sosial, dan integrasi dalam komunitas mahasiswa urban.

Kata Kunci: budaya konsumsi, pola konsumsi, gaya hidup, konsumtif.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumsi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Sejak zaman dahulu, manusia melakukan aktivitas konsumsi untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder, baik secara individu maupun dalam kelompok sosial. Seiring berkembangnya zaman, konsumsi tidak lagi sekedar bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan, tetapi juga mencerminkan identitas sosial dan status seseorang di dalam masyarakat. Budaya konsumsi dan pola konsumsi menjadi faktor yang sangat memengaruhi perilaku konsumtif individu, terutama di kalangan generasi muda yang lebih rentan terhadap tren sosial dan gaya hidup modern.¹ Gaya hidup sendiri mencerminkan aktivitas, minat, dan pandangan seseorang, serta menggambarkan pola perilaku yang dijalani atau barang yang dimanfaatkan oleh individu dalam kesehariannya.²

Budaya konsumsi mencerminkan kebiasaan, frekuensi, dan waktu individu atau kelompok dalam mengonsumsi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, pola konsumsi berkaitan dengan bagaimana individu memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa, termasuk faktor sosial, ekonomi, dan psikologis yang memengaruhinya. Dalam konteks mahasiswa, budaya konsumsi dan pola konsumsi memengaruhi bagaimana mereka mengalokasikan sumber daya finansial mereka, terutama dalam mengonsumsi produk gaya hidup seperti *Coffee shop*.

Coffee shop bukan hanya tempat untuk menikmati minuman, tetapi juga telah menjadi bagian dari budaya populer dan simbol identitas sosial

¹ Indra Setia Bakti and Khairul Amin, "Pamer Kemewahan : Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen," n.d., 81.

² Riris Dwi Mari, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Merek Pink Boutique (Studi Kasus Pada Toko Nova Busana) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Baju Merek Pink Boutique (Studi ," *Skripsi*, 2022, 9.

bagi mahasiswa.³ Budaya populer merujuk pada tren atau kebiasaan yang diterima secara luas oleh masyarakat, terutama oleh kelompok muda, dan biasanya terkait dengan hiburan, status sosial, atau gaya hidup tertentu. Kebiasaan nongkrong di *Coffee shop* juga berhubungan erat dengan fenomena sosial yang lebih luas. Di Yogyakarta, fenomena ini semakin nyata dengan keberadaan sekitar lebih 3.000 kedai kopi, menjadikannya Kota dengan kedai kopi terpadat di Indonesia. Pertumbuhan ini menunjukkan betapa kuatnya budaya konsumsi kopi di kalangan masyarakat Yogyakarta, yang sebagian besar didorong oleh mahasiswa sebagai salah satu kelompok konsumen utamanya.⁴

Untuk memahami fenomena ini lebih dalam, teori konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*) dari Thorstein Veblen dapat digunakan. Menurut kajian Indra Setia Bakti dkk. (2020) berdasarkan teori Thorstein Veblen, perilaku konsumsi mencolok merupakan strategi kelas sosial tertentu untuk memamerkan status dan prestise kehidupan, termasuk menggunakan ruang publik seperti *Coffee shop*, yang telah menjadi ikon gaya hidup baru di kalangan anak muda dan mahasiswa.⁵

Lebih lanjut, pola konsumsi mahasiswa rantau dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat pendapatan, lingkungan sosial, dan aksesibilitas terhadap layanan konsumsi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konsumsi di *Coffee shop* sering dilakukan bukan hanya untuk minuman, tetapi juga sebagai bagian dari ekspresi gaya hidup dan status sosial. Soraya (2021) menemukan bahwa konsumsi tidak hanya mengonsumsi barang tidak semata-mata karena fungsi utilitarian, dalam

³ Husni Mubaroq and Riza Aisyah, "Pengaruh Intensitas Kebiasaan Nongkrong Terhadap Pembentukan Perilaku Social Climber (Studi Pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo)," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 2, no. 2 (2021): 265, <https://doi.org/10.29103/jspm.v2i2.5668>.

⁴ "Ada 3.000 Kedai Kopi di Seluruh Yoga, Terpadat di Indonesia" n.d., <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIlgDYG>.

⁵ Bakti and Amin, "Pamer Kemewahan : Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen," 81–93.

masyarakat, terutama mereka yang ingin menaikkan status sosialnya, mengonsumsi karena makna sosial yang terkandung dalam barang atau jasa yang dikonsumsi.⁶ Dalam konteks mahasiswa, mengunjungi *Coffee shop* tidak hanya untuk menikmati kopi, tetapi juga membangun jaringan sosial dan menampilkan citra diri yang sesuai dengan norma kelompoknya.⁷ Dalam situasi ini, perubahan kondisi ekonomi turut memberi warna pada perilaku konsumsi mahasiswa.

Dengan adanya deflasi di Indonesia, penelitian ini menjadi semakin relevan untuk menganalisis bagaimana pola konsumsi dan budaya mahasiswa rantau asal Kota Palangka Raya di Yogyakarta terbentuk seiring dengan terjadinya perubahan ekonomi. Deflasi pertama dalam lebih dari dua dekade terjadi pada bulan Februari 2025, dengan Indeks Harga Konsumen (IHK) turun sebesar 0,09% setiap tahunnya akibat kebijakan diskon tarif listrik dan penurunan harga pangan.⁸ Kondisi ini dapat memengaruhi daya beli mahasiswa dan keputusan konsumsinya, apakah mereka mulai menabung atau mempertahankan gaya hidup yang berorientasi konsumsi. Kajian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa untuk menyesuaikan pola konsumsinya dan lebih cerdas di saat perekonomian tidak menentu.

Adapun celah yang ditemukan dalam penelitian terdahulu adalah kurangnya studi yang fokus pada mahasiswa rantau, khususnya yang berasal dari Kota Palangka Raya. Pembaruan dari penelitian ini terletak pada upaya untuk mengungkapkan hubungan antara budaya konsumsi dan pola konsumsi dengan gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa rantau Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan pendekatan teori konsumsi yang dikembangkan oleh Thorstein Veblen.

⁶ S Soraya, "Pola Konsumsi Pemuda Perkotaan Pada Penggunaan Transaksi Dompet Digital (E-Wallet) Di Kota Jakarta Selatan," *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2020, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57165>.

⁷ Soraya, 17.

⁸ BPS, "Inflasi Year-on-Year (y-on-y) Februari 2025 Sebesar -0,09 Persen," n.d., <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/2410/inflasi-year-on-year--y-on-y--februari-2025--sebesar--0-09-persen.html>.

Secara khusus penelitian ini difokuskan pada mahasiswa rantau asal Kota Palangka Raya yang menempuh pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai subjek penelitian. Mahasiswa rantau menghadapi tantangan adaptasi sosial dan budaya di lingkungan baru.⁹ Kota Yogyakarta, sebagai Kota pendidikan dengan berbagai fasilitas urban, termasuk *Coffee shop*, menawarkan ruang bagi mahasiswa rantau untuk menjalin interaksi sosial, mengerjakan tugas, atau sekedar bersantai. Namun, fenomena yang muncul menunjukkan adanya gaya hidup yang konsumtif di luar kebutuhan akademis atau sosial yang normal. Permasalahannya studi ini ialah bagaimana budaya konsumsi dan pola konsumsi memengaruhi gaya hidup konsumtif.

Urgensi dari studi ini ialah guna memberi pemahamannya yang lebih mendalam terkait pengaruh budaya konsumsi dan pola konsumsi terhadap gaya hidup konsumtif pada mahasiswa rantau, khususnya dalam konteks kunjungan ke *Coffee shop*. Peneliti tertarik secara objektif karena fenomena gaya hidup konsumtif semakin relevan dalam kehidupan modern, terutama di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa rantau yang menghadapi tantangan adaptasi sosial dan ekonomi, yang menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana mereka dipengaruhi oleh budaya konsumsi dan pola konsumsi di lingkungan baru seperti Yogyakarta. Tujuannya studi ini ialah guna mengujinya apakah ada pengaruhnya signifikan antara budaya konsumsi dan pola konsumsi terhadap gaya hidup konsumtif di *Coffee shop*.

B. Rumusan Masalah

Melihat dari pemaparan, perumusan masalahnya: “*Apakah budaya konsumsi dan pola konsumsi memengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa di Coffee shop?*”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah

⁹ Nur Shabrina Atsarina Ramadhani et al., “Mahasiswa Perantauan Dan Konsumerisme : Terbawa Arus Atau Tetap Bergaya Irit? (Studi Pada Mahasiswa Rantau UNESA Di Kecamatan Wonokromo),” *Universitas Negeri Surabaya 2022 / 339* (2022): 339–47.

1. Mengetahui apakah ada pengaruh budaya konsumsi terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di *Coffee shop*.
2. Mengetahui apakah ada pengaruh pola konsumsi memengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa di *Coffee shop*.re

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Temuan studi diharapkan bisa membantu dalam perkembangan bidang pengetahuan dan mengetahui pemahaman yang baik tentang sosiologi ekonomi dan sosiologi budaya. Dari perspektif sosiologi ekonomi, penelitian ini membantu memahami pola konsumsi mahasiswa dan dampaknya pada ekonomi, khususnya dalam sektor bisnis *Coffee shop*. Sementara itu, dalam sosiologi budaya, *Coffee shop* bukan hanya tempat meminum kopi, tetapi juga menjadi simbol status sosial dan ruang sosial. Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai acuan studi sejenis di masa mendatang.

E. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Temuan studi adanya diharapkan memberikan pemahaman bagi mahasiswa tentang pentingnya pengaruh budaya konsumsi dan pola konsumsi terhadap perilaku gaya hidup konsumtif mahasiswa, sehingga dapat membantu dalam mengembangkan program-program yang mendukung keseimbangan hidup mahasiswa rantau.

b. Masyarakat

Temuan studi diharapkan bisa mampu meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya pelaku usaha *Coffee shop* dapat mengetahui tentang gaya hidup konsumtif yang bisa mereka analisis untuk pengembangan minat konsumen untuk datang ke tempat mereka.

F. Tinjauan Pustaka

Studi ini ialah studi yang bahasannya terkait pengaruh budaya konsumsi dan pola konsumsi terhadap gaya hidup konsumtif di *Coffee shop*

pada kalangan mahasiswa rantau asal Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam rangka membandingkan studi terdahulu dengan studi saat ini, tinjauan literatur dari sejumlah publikasi dengan subjek studi yang serupa dengan penulis disertakan di bawah ini.

Pertama, oleh Ganistria Marbawani dan Grendi Hendrastomo (2020) yang berjudul "*Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta*". Temuannya studi ini, menemukan bahwa dalam melaksanakan kegiatan nongkrong mahasiswa dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, seperti menjalin silaturahmi, berbagi pengalaman, mencari inspirasi, meningkatkan produktivitas, dan juga sebagai sarana rekreasi. Sedangkan kegiatan nongkrong dimaknai oleh mahasiswa sebagai sarana belajar dan *self healing*. Mahasiswa juga banyak memaknai kegiatan nongkrong ini sesuai dengan realitas dirinya dan esensinya. Metodologi penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Terdapat kesamaan antara studi penulis dengan studi ini, yakni dalam hal nongkrong di *Coffee shop* dan mahasiswa. Selain itu, terdapat variasi dalam teknik studi dan topik yang diteliti mengenai bagaimana budaya dan pola konsumsi memengaruhi gaya hidup konsumtif di *Coffee shop* antara studi penulis dan studi sebelumnya.¹⁰

Kemudian studi kedua, oleh Ayu Aulia Rahma dan Fachru Nofrian (2024) dengan judulnya "*Analisis Kecenderungan Konsumsi Menurut Thorstein Veblen Pada Ekonomi Moda Transportasi Publik Mass Rapid Transit (MRT) Kota Jakarta*". Temuan studi, menunjukkan bahwa 4 variabel utama dapat memengaruhi kecenderungan konsumsi, yaitu aksesibilitas, keandalan, keamanan, dan pengaruh moda transportasi lain. Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui penggunaan kuesioner sebagai instrumen survei dan kuantitatif dengan menggunakan indikator sekunder satuan rasio. Ada beberapa kesamaan antara studi penulis dan studi ini, yaitu sama-sama menggunakan konsep konsumsi

¹⁰ Ganistria Marbawani and Grendi Hendrastomo, "Pemaknaan Nongkrong Bagi Masyarakat Yogyakarta," *Jurnal Kajian Sosiologi* 9, no. 1 (2021): 1–16.

Thorstein Veblen. Namun demikian, ada beberapa perbedaan juga, yaitu perbedaan yang diteliti, lokasi, dan orang-orangnya.¹¹

Lalu selanjutnya, studi ketiga Syarifah Fatimah, dan Oggy Maulidya Perdana Putri (2023) dengan judulnya “*Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*”. Temuan dari studi memperlihatkan bahwa terdapat lima faktor penyebab flexing yaitu untuk meningkatkan harga diri atau citra diri, mendapatkan pasangan dari kelas tertentu, sebagai sarana marketing signal, lingkungan dan kepribadian yang menyebabkan terjadinya flexing serta kurangnya empati terhadap orang lain. Metode yang digunakan dalam studi ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Kedua studi yang diusulkan penulis akan membahas perilaku yang dibahas oleh Thorstein Veblen, yang merupakan sebuah kesamaan. Di sisi lain, peneliti juga menemukan variasi dari studi sebelumnya yang lebih berfokus pada perilaku pamer pada konsumen. Sementara itu, studi penulis mengenai dampak budaya dan pola konsumsi terhadap gaya hidup konsumtif di *Coffee shop* pada kalangan mahasiswa rantau asal Kota Palangka Raya.¹²

Lebih lanjut, studi keempat oleh Ikhwan, Amri, dan Yose dengan judulnya “*Fenomena Pelaku Konsumtif Remaja Kota Padang Penikmat Coffee shop*”. Menurut temuan studi, orang-orang memilih kedai kopi sebagai tempat nongkrong karena berbagai alasan, termasuk dampak penampilan, pengaruh sosial, dan kemampuan untuk mempertahankan status sosial melalui pembelian kopi. Metodologi riset yang dipakai dalam studi ini ialah kualitatif. Terdapat kesamaan antara studi penulis selanjutnya dengan studi sebelumnya, karena keduanya akan berfokus pada perilaku mengonsumsi kopi dan gaya hidup konsumtif. Konsentrasi populasinya pada mahasiswa yang berasal dari Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa

¹¹ Ayu Aulia Rahma and Fachru Nofrian, “Jurnal Of Development Economic and Digitalization VEBLEN PADA EKONOMI MODA TRANSPORTASI PUBLIK MASS” 3, no. 2 (2024): 81–97.

¹² Syarifah Fatimah et al., “Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.

Yogyakarta ialah salah satu perbedaan utama antara studi penulis dan studi sebelumnya.¹³

Kelima, studi Biansa Shias (2023) yang berjudul “*Budaya Nongkrong Remaja Di Kawasan Blok M Pada Tahun 1980-1995*”. Penemuannya dalam penelitian ini ialah memperlihatkan kebiasaan remaja-remaja yang sering melakukan kegiatan nongkrong, khususnya di kawasan Blok M pada tahun 1980-1995. Area blok M yang menjadi jantung dari kebayoran baru menjadi pusat bisnis, ekonomi dan juga hiburan. Kondisi ini demikian membuat beberapa budaya lahir dan berkembang di Blok M, salah satunya ialah kebiasaan remaja-remaja tersebut menghabiskan waktu untuk melakukan kegiatan nongkrong dan membentuk sebuah budaya. Metodologi riset yang dipakai dalam studi ini adalah metodologi historis, dengan pendekatan sosial budaya, pengumpulan datanya menggunakan sumber primer yang terdiri dari koran sezaman, majalah sezaman, foto-foto dokumentasi dan juga hasil wawancara yang berkaitan dengan penelitian ini. Terdapat kesamaan antara studi penulis selanjutnya dengan studi sebelumnya, karena keduanya akan berfokus pada perilaku remaja dan menggunakan pendekatan sosial konsumtif Thorstein Veblen. Konsentrasi populasinya pada mahasiswa dari Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta ialah salah satu perbedaan utama antara studi penulis dan studi sebelumnya.¹⁴

Keenam, studi oleh Laras, Yusmar, dan Resdati (2022) yang berjudul “*Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup The Leisure Class Pada Generasi Z di Coffee shop Ugoku.co dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam*”. Penelitian ini menghasilkan bahwa telah ditemukan fungsi ruang yang terdefinisikan sebagai ruang rekreasi, ruang relaksasi, ruang belajar, dan tren di kalangan generasi Z ketika

¹³ David Yose and Ikhwan Ikhwan, “Fenomena Pelaku Konsumtif Remaja Kota Padang Penikmat Coffee Shop,” *Jurnal Perspektif* 5, no. 2 (2022): 208–16, <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.621>.

¹⁴ Biansa Shias, “Budaya Nongkrong Remaja Di Kawasan Blok M Pada Tahun 1980-1995,” 2023.

mengunjungi *Coffee shop* Ugoku.Co dan Titik Kumpul Coffee Brewers di Kecamatan Sekupang, Kota Batam. Metodologi pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Terdapat kesamaan antara studi penulis selanjutnya dengan studi sebelumnya, keduanya akan berfokus pada budaya konsumsi kopi. Konsentrasi objek penelitian ialah salah satu perbedaan utama antara studi penulis dan studi sebelumnya.¹⁵

Ketujuh, Penelitian oleh Ahmad Syarifuddin Harahap (2021) dengan studi penelitian yang berjudul “*Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Kecamatan Sugai Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan Provinsi Sumatera Utara*”. Menurut temuan studi, bahwa jumlah anggota keluarga dan pendidikan berpengaruh terhadap pola konsumsi rumah tangga miskin, sementara pendapatan tidak berpengaruh besar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda berdasarkan data kuesioner. Persamaan yang terdapat pada penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang pola konsumsi. Namun, perbedaan juga terdapat dalam penelitian yang penulis lakukan, peneliti akan berfokus pada budaya konsumsi dan pola konsumsi terhadap gaya hidup konsumtif.¹⁶

Kedelapan, studi oleh Sakina Sihombing (2022) dengan judul “*Pengaruh Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Pola Konsumsi*”. Temuannya studi ini menunjukkan bahwa variabel uang saku berpengaruh terhadap pola konsumsi dan variabel kontrol diri tidak memiliki pengaruh terhadap pola konsumsi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan sama dengan metode penelitian yang akan penulis lakukan. Selain itu,

¹⁵ Laras Gemi Nestiti, Yusmar Yusuf, and Resdati, “Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup the Leisure Class Pada Generasi Z Di Coffee Shop Ugoku.Co Dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam,” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, no. 10 (2022): 2599–2608, <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i10.2591>.

¹⁶ Ahmad Syarifuddin Harahap, *Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin Di Kecamatan Sugai Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan Provinsi Sumatera Utara*, 2021, [http://repository.uinsu.ac.id/13397/1/skripsi Ahmad syarifuddin.1.2.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/13397/1/skripsi%20Ahmad%20syarifuddin.1.2.pdf).

ada persamaan yaitu sama-sama membahas tentang pola konsumsi. Konsentrasi populasi, dan tujuan menjadi perbedaannya.¹⁷

Kesembilan, studi Sulismadi, Priyanti dan Kumalasari dengan judulnya “*Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa di Malang (studi Pengunjung Kedai Kopi or Traffic Sengkaling, Kabupaten Malang)*”. Menurut studi ini, banyak mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan nongkrong yang mereka anggap sebagai kegiatan yang modis dan memiliki status tertentu. Dalam studi ini, riset fenomenologi digabungkan dengan metodologi kualitatif. Temuan serupa dari studi penulis sebelumnya bisa ditemukan di sana, karena keduanya mengkaji nongkrong pada mahasiswa dan melihat aktivitas sosial. Variable, populasinya, lokasi, dan metodologi juga berbeda¹⁸

Lalu yang terakhir, studi Nafi Ibdiana Musyarrifana (2020) yang berjudul “*Pengaruh Citra Tubuh terhadap Budaya Konsumsi pada Perempuan*”. Hasilnya menunjukkan bahwa standar kecantikan yang dibentuk media dan industri kapitalis mendorong konsumsi produk kecantikan dan fashion. Ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh juga diperkuat oleh budaya patriarki yang menuntut perempuan tampil menarik. Akibatnya budaya konsumsi perempuan dipengaruhi norma sosial daripada kebutuhan pribadi. Studi literatur pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data sekunder dari buku, artikel jurnal, dan sumber online yang relevan. Terdapat kesamaan antara studi penulis selanjutnya pada budaya konsumsi. Perbedaan konsentrasi penelitian dalam penelitian yang akan penulis lakukan populasinya adalah

¹⁷ Suparyanto dan Rosad (2015, “Pengaruh Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Pola Konsumsi,” *Sakina Sihombing* 5, no. 3 (2022): 248–53.

¹⁸ Widya Gusti Priyanti, Sulismadi, and Luluk Dwi Kumalasari, “Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa Di Malang (Studi Pengunjung Kedai Kopi or Traffic Sengkaling, Kabupaten Malang),” *Jurnal Sosiologi Nusantara* 8, no. 2 (2022): 265–78, <https://ejournal.unib.ac.id/jsn/article/view/24124>.

mahasiswa rantau asal Kota Palangka Raya yang menjalankan pendidikan kuliah di Daerah Istimewa Yogyakarta.¹⁹

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditinjau dalam studi ini, terdapat 4 penelitian yang membahas pola konsumsi, 3 penelitian yang membahas budaya konsumsi, 4 penelitian yang berkaitan dengan gaya hidup konsumtif dan 3 penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Penelitian terdahulu yang menggunakan metode kuantitatif menunjukkan bahwa pola konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pendapatan, jumlah anggota keluarga, pendidikan, uang saku, dan kontrol diri. Studi terdahulu memiliki kesamaan dalam membahas budaya konsumsi, pola konsumsi, dan gaya hidup konsumtif, tetapi lebih menitikberatkan pada mahasiswa rantau asal Kota Palangka Raya di Yogyakarta.

G. Landasan Teori

1. Budaya Konsumsi

Budaya konsumsi adalah sistem nilai, norma dan kebiasaan yang terbentuk dalam masyarakat dalam mengonsumsi barang atau jasa. Budaya konsumsi merupakan perilaku konsumsi yang tidak hanya didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan simbolik. Konsumsi dalam masyarakat modern tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menjadi alat untuk menunjukkan identitas, status sosial, serta gaya hidup individu atau kelompok. Dalam konteks mahasiswa rantau, budaya konsumsi dapat terlihat dari kebiasaan mereka mengunjungi *Coffee shop*, bukan hanya sebagai tempat menikmati minuman kopi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan simbol status.²⁰

¹⁹ Nafi Ibdiyana Musyarrafani, "Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Budaya Konsumsi Pada Perempuan," 2020.

²⁰ Adhi Tejo Dwicahyo, Nunuk Adiarni, and Mudatsir Najamuddin, "Pengaruh Konsep Produk , Budaya Konsumsi , Dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumen Mengonsumsi Produk Kebab (Studi Kasus : Kebab Turki XXX) The Influence of Product Concepts , Consumption Culture , and Family Towards (Case Study on Kebab Turki XXX)" 6, no. 1 (2017): 7.

Budaya konsumsi mencerminkan kebiasaan, frekuensi, dan individu atau kelompok dalam mengonsumsi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Kebiasaan konsumsi terbentuk melalui pengulangan aktivitas yang dilakukan secara rutin, misalnya mahasiswa yang memilih *Coffee shop* sebagai tempat belajar atau bersosialisasi dibandingkan dengan tempat lain. Frekuensi konsumsi mengukur seberapa sering individu mengonsumsi suatu produk atau layanan dalam periode tertentu, misalnya jumlah kunjungan mahasiswa ke *Coffee shop* dalam satu minggu. Sementara itu, waktu konsumsi mencerminkan pola kapan dan berapa lama individu menghabiskan waktu untuk suatu aktivitas konsumsi.²¹

Dalam lingkungan mahasiswa rantau, budaya konsumsi berkembang seiring dengan pengaruh media sosial dan tren gaya hidup. *Coffee shop* tidak hanya menawarkan produk minuman, tetapi juga pengalaman dan citra tertentu yang menarik bagi mahasiswa. Budaya konsumsi terbentuk oleh kenyataan bahwa manusia sekarang dikelilingi faktor konsumsi di mana yang dikonsumsi adalah tanda, simbol dan citra.²² Dalam hal ini *Coffee shop* menjadi ruang sosial yang dapat menampilkan tanda, simbol dan citra sosial.

2. Pola Konsumsi

Pola konsumsi merupakan susunan atau struktur pengeluaran individu maupun kelompok dalam memanfaatkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dalam jangka waktu tertentu. Setiap individu memiliki pola pengeluaran yang berbeda, meskipun secara umum terdapat keteraturan dalam konsumsi. Istilah pola konsumsi berasal dari

²¹ Laras Gemi Nestiti, Yusmar Yusuf, and Resdati, "Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup the Leisure Class Pada Generasi Z Di Coffee Shop Ugoku.Co Dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam," 2600.

²² Andika Saputra Albet, "BUDAYA KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP INSTAN MAHASISWA ANGKATAN 2019 BK FKIP UPS TEGAL DITINJAU ASPEK PSIKOLOGIS," in *SEMINAR NASIONAL BIMBINGAN DAN KONSELING 2022*, 2022, 283–89.

kata “pola” yang merujuk pada bentuk atau struktur yang tetap, serta “konsumsi” yang berarti pengeluaran untuk penggunaan barang atau jasa. Dengan demikian, pola konsumsi mencerminkan bagaimana individu atau kelompok mengelola pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang dapat bervariasi tergantung pada kondisi ekonomi, sosial dan budaya yang memengaruhi perilaku konsumsi.²³

Untuk memahami pola konsumsi seseorang, diperlukan indikator yang digunakan sebagai ukuran dalam memenuhi kebutuhannya. Menurut Syarifudin (2021), indikator pola konsumsi terbagi dalam menjadi dua kategori utama, yaitu kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan dasar yang wajib dipenuhi agar seseorang dapat mempertahankan hidup secara layak. Kebutuhan ini mencakup sandang, pangan, dan papan.²⁴ Pemenuhan kebutuhan primer sangat penting karena menjadi pondasi dalam menjaga kelangsungan hidup manusia. Tanpa terpenuhinya kebutuhan ini, individu akan mengalami kesulitan dalam menjalani aktivitas sehari-hari.

Selain kebutuhan primer, terdapat kebutuhan sekunder yang berfungsi sebagai penunjang kehidupan untuk meningkatkan kenyamanan dan kebahagiaan. Kebutuhan ini bersifat tidak mendesak dan pemenuhannya dapat ditunda hingga kebutuhan primer telah terpenuhi. Kebutuhan sekunder meliputi barang dan jasa yang menambah kenyamanan, seperti pakaian tambahan, kendaraan pribadi, serta barang elektronik. Meski bukan kebutuhan pokok, pemenuhan kebutuhan sekunder memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas hidup seseorang. Pola konsumsi seseorang dapat dilihat dari bagaimana individu mengelola pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan

²³ Muhebbby, “KONSUMERISME PADA POLA KONSUMSI DI KALANGAN MAHASISWI IAIN JEMBER,” *SKRIPSI: IAIN Jember*, 2020.

²⁴ Harahap, *Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin Di Kecamatan Sugai Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan Provinsi Sumatera Utara*, 13.

primer dan sekunder sesuai dengan kondisi ekonomi dan gaya hidup yang dimiliki.²⁵

Pola konsumsi yang mencakup kebutuhan primer dan sekunder menjadi landasan dalam penelitian ini karena dapat menjelaskan bagaimana mahasiswa rantau asal Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta mengelola pengeluarannya, terutama dalam konteks pola konsumsi. Seiring dengan berkembangnya budaya konsumsi, banyak mahasiswa yang juga mengalokasikan pengeluarannya untuk kebutuhan sekunder, seperti nongkrong di *Coffee shop*, yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat bersantai, tetapi juga menjadi bagian dari identitas sosial dan gaya hidup.

3. Gaya Hidup Konsumtif

Secara bahasa, “gaya hidup” dapat diartikan sebagai cara hidup seseorang dalam kebiasaan, pola perilaku, dan pilihan-pilihan yang dia buat sehari-hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gaya hidup adalah “cara hidup yang menunjukkan seseorang beraktivitas, seseorang dalam kehidupan sehari-hari”.²⁶ Gaya hidup mencerminkan pilihan yang lebih dari sekedar kebutuhan dasar, tetapi juga merupakan cerminan dari keinginan dan nilai-nilai yang diyakini individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Secara umum, dapat dikatakan bahwa gaya hidup, atau penampilan diri, terkait dengan waktu dan uang, yaitu bagaimana mereka menghabiskan banyak waktu dan uang.

Sementara itu, “konsumtif” dalam KBBI didefinisikan sebagai “hubungan dengan konsumsi yang berlebihan” yaitu perilaku yang mengonsumsi barang atau jasa lebih dari yang dibutuhkan.²⁷

²⁵ Harahap, 13.

²⁶ “Gaya Hidup (KBBI),” accessed November 20, 2024, [https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya hidup](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya%20hidup).

²⁷ “Konsumtif (KBBI),” accessed November 20, 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumtif>.

Secara umum, gaya hidup konsumtif merujuk pada pola hidup yang cenderung mengarah pada pembelian barang dan jasa untuk memenuhi keinginan pribadi atau status sosial, bukan sekedar kebutuhan fungsional. Dalam masyarakat modern, gaya hidup konsumtif dapat terjadi karena berbagai pengaruh.

Menurut Solihin (2015) menjelaskan bahwa gaya hidup konsumtif sering kali dipengaruhi oleh iklan yang diproduksi oleh media massa. Iklan yang hadir secara terus-menerus dalam kehidupan sehari-hari membentuk persepsi masyarakat urban bahwa konsumsi berlebihan adalah cara untuk memperoleh kepuasan atau prestise.²⁸ Secara umum, gaya hidup konsumtif ditandai oleh beberapa karakteristik, seperti impulsivitas, yaitu membeli tanpa perencanaan, serta orientasi simbolis, yang artinya barang dan jasa yang dibeli digunakan untuk meningkatkan status sosial. Selain itu, konsumsi ini sering kali terikat dengan tren yang berkembang di masyarakat. Keinginan untuk mengikuti tren dan mendapatkan pengakuan sosial menjadi pendorong utama perilaku konsumtif di kalangan individu, terutama di kalangan mahasiswa.²⁹

Dalam perspektif sosiologi, gaya hidup konsumtif tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia, tetapi juga berhubungan dengan aspek identitas sosial dan budaya. Konsumsi sering kali memiliki nilai simbolik yang melampaui fungsi praktisnya.³⁰ Misalnya, membeli makanan dan minuman yang mereknya sudah terkenal dan mahal dapat mencerminkan status sosial tertentu dan

²⁸ Olih Solihin, "Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban," *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* 5, no. 2 (2015): 42.

²⁹ Solihin, "Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban"; Karunia Saras Rahayu Putri, *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Penikmat Kpi Di Cliq Coffee Jakarta, Fisip UIN Jakarta*, vol. 93, 2020, 42, 40–48, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55515>.

³⁰ Debby Ingan Malem Tarigan, "Kajian Gaya Hidup Masyarakat Di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado, e-Journal 'Acta Diurna' Volume IV," *Acta Diurna* IV, no. 4 (2015): 9.

menjadi alat individu untuk menunjukkan citra dirinya di mata masyarakat.

Modernisasi dan pengaruh budaya asing juga membawa pergeseran nilai-nilai dari tradisional menjadi materialistis, terutama pada masyarakat perkotaan. Perubahan ini memicu pola konsumsi yang lebih berorientasi pada simbol dan keinginan mengikuti tren. Akibatnya, perilaku konsumtif seringkali menimbulkan tekanan ekonomi bagi individu dan keluarga, selain juga berdampak pada hubungan sosial, yang lebih fokus pada hubungan antara manusia dan barang konsumsi dibandingkan hubungan antar individu.³¹

Secara keseluruhan, gaya hidup konsumtif tidak hanya menunjukkan cara hidup tetapi juga menunjukkan dinamika sosial-budaya yang terjadi di masyarakat. Perilaku ini menunjukkan bagaimana orang mengalokasikan waktu dan uang untuk membangun citra sosial dan identitas mereka.

4. Teori Konsumtif Thorstein Veblen

Thorstein Veblen, dalam karyanya *The Theory of the Leisure Class*, menjelaskan konsumsi sebagai alat untuk menampilkan status sosial. Ia memperkenalkan konsep *conspicuous consumption* atau konsumsi mencolok, yakni perilaku konsumsi yang tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi bertujuan menunjukkan kekayaan, prestise, dan posisi seseorang di masyarakat.³² Menurut Veblen, di masyarakat dengan perkembangan ekonomi yang maju, konsumsi berfungsi sebagai hierarki sosial, di mana individu menggunakan barang tertentu untuk membedakan diri dari orang lain.

Veblen juga mengemukakan bahwa perilaku konsumsi ini sering kali didorong oleh kebutuhan akan emulasi ke atas (*pecuniary*

³¹ Tarigan, 7–9.

³² Christos Pierros, "The Theory of the Leisure Class," *Elgar Encyclopedia of Post-Keynesian Economics*, 2009, 33, <https://doi.org/10.4337/9781788973939.the.theory.leisure>.

emulation), yaitu keinginan untuk meniru gaya hidup kelas sosial yang lebih tinggi demi memperoleh pengakuan atau reputasi.³³ Ia menegaskan bahwa konsumsi mencolok biasanya tidak produktif secara ekonomi, namun memiliki nilai simbolis sebagai penanda dominasi sosial.

Dalam teorinya, Veblen mengidentifikasi tiga aspek indikator utama yang mendefinisikan fenomena *conspicuous consumption*. Pertama, simbol status, yaitu penggunaan barang atau jasa bukan hanya untuk kebutuhan praktis, tetapi juga untuk menunjukkan posisi sosial. Contohnya adalah mengenakan pakaian bermerek atau memiliki kendaraan mewah yang menggambarkan kekayaan dan prestise individu di mata masyarakat.³⁴ Dengan demikian, konsumsi bukan sekedar aktivitas ekonomi, tetapi juga pernyataan simbolis tentang identitas dan kedudukan sosial seseorang.

Indikator kedua adalah pengeluaran yang tidak produktif, yaitu konsumsi barang atau jasa dengan nilai simbolis yang lebih dominan daripada nilai fungsionalnya. Veblen mencatat bahwa anggota kelas atas cenderung mengalokasikan sumber daya untuk barang-barang seperti perhiasan mahal atau dekorasi rumah yang tidak berkontribusi langsung terhadap produktivitas.³⁵ Pengeluaran ini bertujuan untuk menonjolkan kekayaan pemilik dan membedakan mereka dari kelas pekerja yang lebih fokus untuk memenuhi kebutuhan dasar.

Indikator ketiga adalah pola gaya hidup mewah, yang melibatkan penggunaan barang atau jasa eksklusif yang hanya dapat diakses oleh kelompok tertentu. Contohnya adalah makan di restoran bintang lima, tinggal di lingkungan elit, atau menggunakan teknologi terbaru. Gaya hidup seperti ini tidak hanya memperlihatkan kemakmuran seseorang, tetapi juga memperkuat stratifikasi sosial

³³ Pierros, 12.

³⁴ Pierros, 15.

³⁵ Pierros, 19.

karena hanya sedikit orang yang mampu menjangkaunya.³⁶ Ketiga indikator ini secara kolektif menggambarkan bagaimana konsumsi mencolok menjadi alat untuk menegaskan dan memperkuat status sosial.

Implikasi dari konsumsi mencolok tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada masyarakat secara keseluruhan. Veblen berargumen bahwa pola konsumsi ini menjadi kebutuhan sosial yang mendesak dalam masyarakat. Terdapat tekanan normatif yang memaksa individu untuk mengikuti standar pengeluaran tertentu demi mendapat pengakuan dan penerimaan sosial.³⁷ Oleh karena itu, konsumsi mencolok mencerminkan dinamika sosial-ekonomi yang kompleks, di mana perilaku konsumsi tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan, tetapi juga oleh aspirasi dan norma yang berlaku di masyarakat.³⁸

Pemilihan teori konsumsi Thorstein Veblen dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi konsep-konsep yang dikemukakan dengan fokus kajian yang diteliti. Teori Veblen menekankan pada perilaku konsumsi sebagai bentuk pencitraan status sosial melalui konsumsi mencolok (*conspicuous consumption*), yang dinilai sangat sesuai dengan fenomena gaya hidup konsumtif mahasiswa, khususnya dalam konteks keberadaan mereka di *Coffee shop*. Dalam kerangka teori ini, konsumsi tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh pengakuan sosial dan memperlihatkan posisi dalam struktur sosial tertentu.

Peneliti tidak menggunakan teori lain seperti teori konsumsi Jean Baudrillard maupun Pierre Bourdieu karena fokus utama dari penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek ekonomi dan status sosial dalam perilaku konsumsi, bukan semata-mata pada dimensi simbolik atau praktik budaya konsumsi. Teori Veblen dinilai lebih tepat

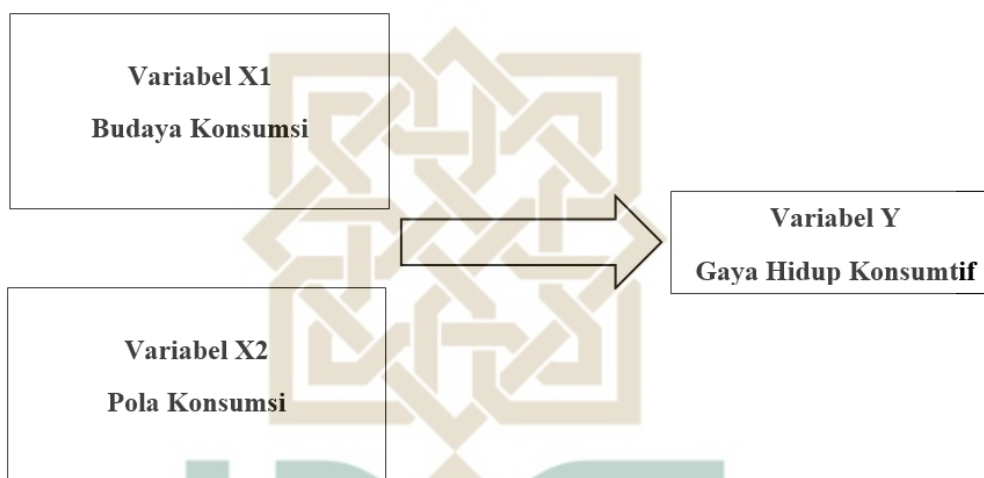
³⁶ Pierros, 77.

³⁷ Pierros, 33–45.

³⁸ Pierros, 48–55.

untuk menggambarkan motivasi konsumsi mahasiswa yang dipengaruhi oleh keinginan untuk menunjukkan citra diri dan status sosial di ruang publik seperti *Coffee shop*. Dengan demikian, teori ini memberikan kerangka analisis yang lebih sesuai dan mendalam menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

H. Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini menunjukkan bahwa budaya konsumsi (X1) dan pola konsumsi (X2) berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif (Y). Budaya konsumsi mencerminkan nilai, simbol, dan kebiasaan yang mendorong mahasiswa untuk mengonsumsi barang atau jasa bukan hanya karena kebutuhan, tetapi juga karena tren dan status sosial. Sementara itu, pola konsumsi menggambarkan bagaimana mahasiswa mengatur pengeluaran untuk kebutuhan primer maupun sekunder, yang jika lebih dominan pada pemenuhan keinginan dapat mengarah pada perilaku konsumtif. Kedua variabel ini bersama-sama memengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa rantau di *coffee shop*, yang ditandai dengan penggunaan barang atau jasa sebagai simbol status, kecenderungan membeli hal-hal tidak produktif, serta dorongan memenuhi keinginan dibanding kebutuhan

I. Hipotesis

Mengacu pada landasan teori yang dipakai, kesimpulannya hipotesis yang diajukan peneliti pada studi ini yakni:

1. Hipotesis Nol

- a. H_{01} : Budaya Konsumsi tidak berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif di *Coffee shop*.
- b. H_{02} : Pola Konsumsi tidak berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif di *Coffee shop*.

2. Hipotesis Alternatif

- a. H_{a1} : Budaya Konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif di *Coffee shop*.
- b. H_{a2} : Pola Konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif di *Coffee shop*.

Hipotesis ini nantinya akan di uji menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi untuk melihat pengaruh variabel independen (budaya konsumsi dan pola konsumsi) terhadap variabel dependen (gaya hidup konsumtif).

J. Metode Penelitian

Dalam proses pencarian data untuk studi yang valid dan analisa yang relevan, maka dalam studi ini penulis memaparkan jenis penelitian, operasional variabel, populasi, sampel, sumber datanya, serta teknik riset.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metodologi riset yang dipakai pada studi ini ialah metodologi riset kuantitatif deskriptif berbasis survei. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengukur dan mendeskripsikan secara sistematis pengaruh budaya dan pola konsumsi terhadap gaya hidup mahasiswa rantau di *coffee shop*. Pendekatan ini dipilih untuk

menganalisis data secara objektif menggunakan angka. Hal ini membuat temuan penelitian lebih terukur dan jelas, serta dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional berfungsi untuk menjelaskan secara rinci bagaimana variabel dalam penelitian diukur dan dianalisis. Pada penelitian ini terdapat dua variabel utama, yaitu Gaya Hidup Konsumtif (X) dan Frekuensi nongkrong (Y). berikut definisi operasional dari masing-masing variabel.

Tabel 1. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Referensi
Budaya Konsumsi (X1)	Budaya konsumsi adalah sistem nilai, norma dan kebiasaan yang terbentuk dalam masyarakat dalam mengonsumsi barang atau jasa.	1. Kebiasaan Konsumsi 2. Frekuensi Konsumsi 3. Pilihan Waktu konsumsi	Adhi Tejo Dwicahyo (2015)
Pola Konsumsi (X2)	Pola konsumsi merupakan susunan atau struktur pengeluaran individu maupun kelompok dalam memanfaatkan barang dan jasa.	1. Kebutuhan Primer 2. kebutuhan Sekunder	Ahmad Syarifuddin Harahap (2021)
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	Gaya hidup konsumtif adalah pola hidup yang mengarah pada pembelian barang dan	1. simbol status 2. barang tidak produktif 3. pemenuhan keinginan	Fitria, Eva Melita (2015)

	jasa untuk memenuhi keinginan pribadi atau status sosial, bukan hanya kebutuhan fungsional.		
--	---	--	--

3. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasinya ialah keseluruhan subjek dalam studi. Populasinya studi ini ialah anggota grup WhatsApp Ikatan Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Kota Palangka Raya (IKPMP) yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta, yang berjumlah 91 anggota.

b. Sampel Penelitian

Sampelnya ialah bagiannya dari sebuah populasi yang akan dipakai peneliti sebagai sumber untuk mendapatkan datanya.

1) Teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sebuah sampel penelitian pada penelitian ini adalah non-probability sampling (tidak random atau secara acak) dengan teknik pengambilan total sampling (pengambilan sampel dengan menggunakan seluruh populasi).³⁹ Peneliti menggunakan teknik ini karena subjek penelitiannya adalah kelompok spesifik yaitu mahasiswa rantau asal Palangka Raya, dan kelompok ini memiliki karakteristik yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

2) Dalam penelitian ini, metode total sampling digunakan karena populasinya relatif kecil dan mencakup kurang dari 100 individu. Pengambilan sampel seluruh populasi memungkinkan seluruh populasi digunakan sebagai sampel penelitian, sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat dan

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, 2003, 113–15.

dapat menggambarkan kondisi secara keseluruhan. Sehingga, peneliti akan menggunakan 91 sampel yang sesuai dengan jumlah keseluruhan anggota grup WhatsApp Ikatan Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Kota Palangaka Raya. Dengan menggunakan teknik ini, tidak ada bias pemilihan sampel karena semua individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi.

- 3) Skala Pengukuran kedua variabel ini menggunakan skala Likert dengan skala 1 sampai 4. Menurut Szeszak et al, skala 1-4 ini dipilih karena untuk menghindari jawaban responden dari jawaban netral atau bias⁴⁰. Untuk mengukur sejauh mana responden setuju dengan pernyataan terkait indikator-indikator variabel diatas.

Tabel 1. 2 Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

4. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Peneliti memakai metode pengumpulan datanya guna memastikan data yang dihimpun relevan dengan studi agar dapat memecahkan suatu masalah dalam penelitian ini

a. Metode Pengumpulan Data

- 1) Kuesioner, Teknik penghimpunan datanya dalam studi ini memakai media kuesioner online (*Google form*). Kuesioner online akan dibagikan pada seluruh mahasiswa, kuesioner tersebut akan berisi pertanyaan-pertanyaan yang

⁴⁰ Szeszak et al., "Animated Educational Video to Prepare Children for MRI without Sedation: Evaluation of the Appeal and Value."

berhubungan dengan tema studi. Kuesioner akan dibagikan pada sampel melalui media WhatsApp untuk menyampaikan link kuesioner tersebut kepada mahasiswa rantau asal Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

- 2) Dokumentasi, dalam penelitian ini untuk mendapatkan data jumlah populasi mahasiswa rantau yang terdata di organisasi Ikatan Pelajar Mahasiswa Kota Palangka Raya (IKPMP). Data tersebut bertujuan untuk mendukung data-data untuk kajian yang peneliti teliti.

b. Instrumen Pengumpulan Data

- 1) Menentukan responden: Mengidentifikasi karakteristik responden seperti asal daerah, usia, jenis kelamin, program studi, jumlah uang saku dan durasi menetap di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- 2) Pengukuran variabel penelitian: membuat butir-butir pernyataan yang mewakilkan indikator dalam masing-masing variabel.
- 3) Distribusi Kuesioner: kuesioner disebarikan kepada responden dengan menggunakan (*Google form*) sebagai media kuesioner online.
- 4) Pengumpulan data: data dikumpulkan dari hasil pengisian kuesioner oleh responden dalam waktu tertentu.
- 5) Koding Data: Mengolah data dari huruf menjadi angka.
- 6) Entering Data atau Input Data: Proses memindah data fisik menjadi data digital untuk diolah oleh software.
- 7) Cleaning Data: Proses analisis kualitas data dengan mengubah dan memilah data yang salah, tidak akurat ataupun salah format.

5. Validitas dan Realibilitas Instrumen

- a. Uji Validitas: Proses analisis untuk menunjukan keakuratan suatu tes.

- b. Uji Reliabilitas: Proses analisis untuk melihat tingkat keakuratan suatu pengukuran.

6. Metode Analisis Data

- a. Statistik Deskriptif: Analisis Statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau meringkas data penelitian tanpa melakukan generalisasi atau menarik kesimpulannya.
- b. Uji Asumsi Statistik: Proses untuk memastikan apakah data yang digunakan dalam analisis statistik memenuhi syarat atau asumsi tertentu sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.
 - 1) Uji Normalitas: Digunakan untuk menguji apakah data dalam datanya yang dipakai dalam analisa penelitian berdistribusi normal atau tidak.
 - 2) Uji Linieritas: pengujian yang dilaksanakan guna melihat apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen datanya studi yang dipakai mempunyai sifat linier.
 - 3) Uji Multikolinearitas: pengujian yang dilaksanakan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen (X_1 dan X_2), yang dapat menyebabkan bias dalam model regresi.
 - 4) Uji Heteroskedastisitas: pengujian yang dilaksanakan untuk menguji apakah varian residual dalam model regresi bersifat konstan atau tidak. Jika terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi kurang valid.
- c. Regresi Linier Berganda: Digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y).
- d. Uji Hipotesis:
 - 1) Uji t (Parsial): Digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

- 2) Uji F (Simultan): Digunakan untuk menguji apakah variabel independen (X1 dan X2) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika hasil uji F signifikan, berarti model regresi secara keseluruhan dapat digunakan.
- 3) Uji Koefisien Determinasi (R²): Digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen.

K. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada studi ini terdiri dari lima bab yang dijelaskannya yakni:

BAB I Pendahuluan, berisikan pendahuluan. Bagian ini memaparkan latar belakangnya permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, kerangka teorinya, metodologi studi, dan sistematika pembahasannya yang dipakai dalam studi ini.

BAB II Gambaran Umum Lokasi Penelitian, berisikan terkait bahasan dan kondisi umum.

BAB III Penyajian Data, berisikan pembahasan penelitian tentang gambaran budaya konsumsi dan pola konsumsi mahasiswa rantau di *Coffee shop* serta kaitannya dengan gaya hidup konsumtif.

BAB IV Pembahasan, berisikan terkait inti dari analisa datanya yang ada di lapangan dengan didukung memakai teori sosiologi.

BAB V Penutup, berisikan bagian penutup yang berisikan kesimpulannya serta sarannya, lalu dilengkapi dengan daftar pustaka serta lampiran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan teoritis yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Budaya konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa rantau di *Coffee shop* pada mahasiswa asal Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi berada di bawah 0,05 dan nilai koefisien regresi menunjukkan arah positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat budaya konsumsi (meliputi kebiasaan, frekuensi, dan waktu konsumsi), maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk mengadopsi gaya hidup konsumtif. Aktivitas nongkrong di *Coffee shop* bukan hanya rutinitas sosial, tetapi juga sarana untuk menunjukkan eksistensi diri di lingkungan baru yang sarat simbol sosial dan tekanan gaya hidup modern.
2. Pola konsumsi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa rantau di *Coffee shop*. Temuan kuantitatif ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa tetap mengutamakan pemenuhan kebutuhan primer, seperti makanan, tempat tinggal, dan transportasi, mereka tetap mengalokasikan dana untuk kebutuhan sekunder seperti nongkrong sebagai bentuk rekreasi dan penguatan relasi sosial. Dengan demikian, keputusan konsumsi yang tampak sederhana ini sesungguhnya dipengaruhi oleh norma sosial, kebutuhan simbolik, dan upaya adaptasi terhadap lingkungan budaya baru.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat dinyatakan bahwa budaya konsumsi dan pola konsumsi merupakan dua variabel penting yang membentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa rantau asal Palangka Raya di

Yogyakarta. Keduanya tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling memperkuat dalam konteks kehidupan mahasiswa yang sedang berada dalam proses adaptasi sosial dan kultural. *Coffee shop* sebagai ruang sosial sekaligus simbol gaya hidup, menjadi wadah di mana konsumsi tidak hanya dimaknai secara ekonomis, tetapi juga sebagai media ekspresi, pengakuan sosial, dan integrasi dalam komunitas mahasiswa urban.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, peneliti juga memanfaatkan teknologi berbasis kecerdasan buatan, khususnya ChatGPT, sebagai alat bantu dalam mengeksplorasi ide-ide awal, merumuskan kerangka berpikir, serta menelusuri referensi akademik yang relevan. Penggunaan AI dilakukan secara bertanggung jawab dan tetap mengacu pada prinsip-prinsip akademik yang mengedepankan orisinalitas, ketepatan sumber, dan pertimbangan kritis dari peneliti secara mandiri.

Selanjutnya, peneliti menyadari beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang mungkin akan menjadi pembelajaran bagi penelitian di masa mendatang dengan mempertimbangkan batasan dalam penelitian ini. Yang pertama, keterbatasan secara teoritis yang mana penelitian ini hanya meneliti pada subtema sosiologi khususnya berkaitan dengan teori konsumsi, namun penelitian seharusnya mencantumkan dari sisi ekonomi makro karena kaitannya dengan pertumbuhan bisnis *Coffee shops* yang juga memiliki kesinambungan dengan IHK (Indeks Harga Konsumen) dan hukum *supply-demand* (permintaan-penawaran). Kemudian yang kedua penelitian ini hanya berfokus pada hubungan antara dua variabel (budaya konsumsi dan perilaku konsumsi) terhadap gaya hidup konsumtif, yang mana terlalu sempit untuk menyimpulkan polarisasi kehidupan mahasiswa yang tidak hanya mengarah pada tema tersebut. Hal ini perlu tinjauan kritis dari topik sosio-kultural lainnya seperti kelas sosial dari Karl Marx atau *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen.

Secara umum, penelitian ini memperlihatkan bahwa konsumsi di kalangan mahasiswa bukan lagi sebatas pemenuhan kebutuhan, melainkan bagian dari proses sosial yang kompleks. Kehadiran *Coffee shop* dalam

kehidupan mahasiswa rantau telah menjelma menjadi ruang representasi diri, tempat negosiasi identitas berlangsung, serta ruang di mana nilai-nilai lokal bertemu dengan budaya global yang urban. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi awal bagi peneliti berikutnya dalam mengembangkan kajian terkait budaya konsumsi dan gaya hidup mahasiswa, khususnya di tengah realitas urban dan tantangan adaptasi yang semakin kompleks.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi awal terhadap studi mengenai budaya konsumsi dan gaya hidup konsumtif dalam konteks mahasiswa rantau, khususnya di ruang-ruang sosial urban seperti *Coffee shop*. Oleh karena itu, saran bagi penelitian selanjutnya adalah untuk memperluas cakupan wilayah dan latar belakang subjek, agar diperoleh pemahaman yang lebih luas dan komparatif. Peneliti selanjutnya dapat menggali lebih dalam dimensi budaya konsumsi dari sudut pandang etnografis, atau mengkombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif agar dapat menangkap sisi simbolik dan naratif dari praktik konsumsi itu sendiri.

Selain itu, penambahan variabel baru seperti pengaruh media sosial, tekanan kelompok sebaya, atau strategi pemasaran *Coffee shop* terhadap keputusan konsumsi mahasiswa, akan memberikan sudut pandang yang lebih kaya dan kontekstual. Dalam konteks sosiologi konsumsi, riset ini juga bisa diperkaya dengan menggunakan perspektif Pierre Bourdieu terkait habitus dan kapital simbolik untuk menguak lebih dalam makna-makna sosial di balik praktik konsumtif mahasiswa.

2. Saran Praktis

Bagi mahasiswa, khususnya yang sedang menjalani kehidupan rantau, penting untuk menyadari bahwa konsumsi bukan hanya soal kemampuan membeli, tetapi juga proses sosial yang dapat memengaruhi identitas dan cara berpikir. Oleh sebab itu, mahasiswa perlu membangun kesadaran kritis

terhadap pola konsumsi mereka, agar dapat menyeimbangkan antara kebutuhan hidup, tekanan sosial, dan kemampuan ekonomi yang dimiliki. Memahami batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi kunci dalam mengelola gaya hidup agar tidak terjebak dalam konsumsi yang bersifat simbolik semata.

Bagi organisasi seperti IKPMP (Ikatan Keluarga Pelajar Mahasiswa Palangka Raya), hasil studi ini dapat dijadikan sebagai bahan refleksi untuk merancang program yang mendukung literasi konsumsi dan penguatan nilai-nilai hidup sederhana namun bermakna. Kegiatan yang mendorong solidaritas, kreativitas, serta alternatif ruang berkumpul non-komersial perlu dipertimbangkan agar mahasiswa memiliki opsi selain *Coffee shop* sebagai tempat interaksi. Sementara itu, bagi pelaku usaha *Coffee shop* dan pemangku kepentingan di sektor pariwisata dan pendidikan di Yogyakarta, penting untuk mempertimbangkan dimensi sosial dan psikologis dari konsumsi mahasiswa, sehingga dapat merancang layanan yang inklusif, mendukung produktivitas, dan memperhatikan keseimbangan antara nilai ekonomi dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Albet, Andika Saputra. "BUDAYA KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP INSTAN MAHASISWA ANGKATAN 2019 BK FKIP UPS TEGAL DITINJAU ASPEK PSIKOLOGIS." In *SEMINAR NASIONAL BIMBINGAN DAN KONSELING 2022*, 283–89, 2022.
- Amrihani, Haresti Asysy, and Rajab Ritonga. "Nikmat Kopi Dan Budaya Konsumerisme Dalam Status Sosial Masyarakat Kota." *Warta ISKI* 4, no. 2 (2021): 89–98. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.133>.
- Amrihani, Haresti, and Rajab Ritonga. "Nikmat Kopi Dan Budaya Konsumerisme Dalam Status Sosial Masyarakat Kota." *Warta ISKI* 4 (December 23, 2021): 89–98. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.133>.
- AntaraNews. "Mengapa Yogyakarta Disebut 'Kota Pelajar'?", 2024. <https://www.antaranews.com/berita/4447741/mengapa-yogyakarta-disebut-kota-pelajar>.
- Bakti, Indra Setia, and Khairul Amin. "Pamer Kemewahan : Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen," n.d., 81–98.
- BPS. "Inflasi Year-on-Year (y-on-y) Februari 2025 Sebesar -0,09 Persen," n.d. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/2410/inflasi-year-on-year--y-on-y--februari-2025--sebesar--0-09-persen.html>.
- Dwicahyo, Adhi Tejo, Nunuk Adiarni, and Mudatsir Najamuddin. "Pengaruh Konsep Produk , Budaya Konsumsi , Dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumen Mengonsumsi Produk Kebab (Studi Kasus : Kebab Turki XXX) The Influence of Product Concepts , Consumption Culture , and Family Towards (Case Study on Kebab Turki XXX)" 6, no. 1 (2017): 8–14.
- Fatimah, Syarifah, Oggy Maulidya, Perdana Putri, Pascasarjana Ekonomi, Syariah Universitas, Islam Negeri, Maulana Malik, and Ibrahim Malang. "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.
- Fernando, Joshua, Rustono Farady Marta, and Ratih Kurnia Hidayati. "Reaktualisasi Mahasiswa Diaspora Indonesia Dalam Menjaga Identitas Budaya Bangsa Di Benua Australia." *Jurnal Kajian Komunikasi* 8, no. 2 (2020): 194. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.25219>.
- "Gaya Hidup (KBBI)." Accessed November 20, 2024. [https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya hidup](https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/gaya%20hidup).
- Ghazali, Fauzi D W I, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi, D A N Sosial, and Universitas Islam Indonesia. "Budaya Baru Kaum Muda Di Coffeeshop." *Skripsi: UII Yogyakarta*, 2024.
- Ghifari, Widzar Al, and Eko Rahmanto. "Membangun Identitas Kedaerahan Di Perantaraan: Peran Iwakmas Sebagai Komunitas Sosial Dan Budaya." *RINEKA: JURNAL ANTROPOLOGI* 1, no. 1 (2025): 204–13.
- Hana Pramonoputri, Alya, Ryanathan Prabartha, Fikri Akmal Ash Shiddieqy, and Nazwa Salsabila Yudithya. "Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram: Studi Kasus Pada Salah Satu Brand Fashion Wanita Lokal." *MANABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis)* 3, no. 4 (2024): 158–68.

- <https://doi.org/10.54259/manabis.v3i4.3632>.
- Hapsari, Zhaqiya Rizqy, and Atika Wijaya. "Coffee shop Dan Gaya Hidup Mahasiswa Perkotaan." *Journal of Youth and Outdoor Activities* 1, no. 2 (2024): 75–90. <https://doi.org/10.61511/jyoa.v1i2.2024.1139>.
- Harahap, Ahmad Syarifuddin. *Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin Di Kecamatan Sugai Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan Provinsi Sumatera Utara*, 2021. http://repository.uinsu.ac.id/13397/1/skripsi_Ahmad_syarifuddin.1.2.pdf.
- "Konsumtif (KBBI)." Accessed November 20, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumtif>.
- Kumparan. *Ada 3000 Kedai Kopi Di Seluru Yogya Terpadat Di Indonesia*, n.d. <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIgDYG>.
- Laras Gemi Nestiti, Yusmar Yusuf, and Resdati. "Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup the Leisure Class Pada Generasi Z Di Coffee shop Ugoku.Co Dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, no. 10 (2022): 2599–2608. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawailmiah.v1i10.2591>.
- Lubis, Isnaini, Zulkipli Lessy, and Ahmad Lailatus Sibyan. "Remaja, Kekerasan, Dan Pendidikan Keluarga: Fenomena Klitih Di Yogyakarta." *Jurnal Pendidikan, Kebudayaan Dan Keislaman* 2, no. 1 (2023): 1–18. <https://doi.org/10.24260/jpkk.v2i1.1316>.
- Marbawani, Ganistria, and Grendi Hendrastomo. "Pemaknaan Nongkrong Bagi Masyarakat Yogyakarta." *Jurnal Kajian Sosiologi* 9, no. 1 (2021): 1–16.
- Mari, Riris Dwi. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Merek Pink Boutique (Studi Kasus Pada Toko Nova Busana) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Baju Merek Pink Boutique (Studi ." *Skripsi*, 2022.
- Mubaroq, Husni, and Riza Aisyah. "Pengaruh Intensitas Kebiasaan Nongkrong Terhadap Pembentukan Perilaku Social Climber (Studi Pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo)." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 2, no. 2 (2021): 264. <https://doi.org/10.29103/jspm.v2i2.5668>.
- Muhebyy. "KONSUMERISME PADA POLA KONSUMSI DI KALANGAN MAHASISWI IAIN JEMBER." *SKRIPSI: IAIN Jember*, 2020.
- Musyarrifani, Nafi Ibdiana. "Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Budaya Konsumsi Pada Perempuan," 2020.
- Peraturan Bupati Bantul. "No 56 Tentang Perubahan Rencana Strategis Perangkat Daerah 2021-2026," 2022.
- Pierros, Christos. "The Theory of the Leisure Class." *Elgar Encyclopedia of Post-Keynesian Economics*, 2009, 410–12. <https://doi.org/10.4337/9781788973939.the.theory.leisure>.
- Priyanti, Widya Gusti, Sulismadi, and Luluk Dwi Kumalasari. "Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa Di Malang (Studi Pengunjung Kedai Kopi or Traffic

- Sengkaling, Kabupaten Malang).” *Jurnal Sosiologi Nusantara* 8, no. 2 (2022): 265–78. <https://ejournal.unib.ac.id/jsn/article/view/24124>.
- Putri, Karunia Saras Rahayu. *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Penikmat Kopi Di Ciliwung Jakarta*. Fisip UIN Jakarta. Vol. 93, 2020. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55515>.
- Rahma, Ayu Aulia, and Fachru Nofrian. “Jurnal Of Development Economic and Digitalization VEBLEN PADA EKONOMI MODA TRANSPORTASI PUBLIK MASS” 3, no. 2 (2024): 81–97.
- Shabrina Atsarina Ramadhani, Nur, Bima Handi Pratama, Diyah Utami, and Program Studi Sosiologi. “Mahasiswa Perantauan Dan Konsumerisme : Terbawa Arus Atau Tetap Bergaya Irit? (Studi Pada Mahasiswa Rantau UNESA Di Kecamatan Wonokromo).” *Universitas Negeri Surabaya 2022 / 339* (2022): 339–47.
- Shias, Biansa. “Budaya Nongkrong Remaja Di Kawasan Blok M Pada Tahun 1980-1995,” 2023.
- Solihin, Olih. “Terpaan Iklan Mendorong Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Urban.” *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* 5, no. 2 (2015): 41–49.
- Soraya, S. “Pola Konsumsi Pemuda Perkotaan Pada Penggunaan Transaksi Dompet Digital (E-Wallet) Di Kota Jakarta Selatan.” *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2020. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57165>.
- Sugiyanto. “Yogyakarta Kola Pendidikan Dan Ekonomi Alternatif YOGYAKARTA KOTAPENDIDIKAN DAN EKONOMIALTERNATIF Oleh: Sugiyanto.” *Cakrawala Pendidikan*, no. 3 (2004): 523–47.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, 2003.
- Suparyanto dan Rosad (2015). “Pengaruh Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Pola Konsumsi.” *Sakina Sihombing* 5, no. 3 (2022): 248–53.
- Szeszak, S, R Man, A Love, G Langmack, H Wharrad, and R. A Dineen. “Animated Educational Video to Prepare Children for MRI without Sedation: Evaluation of the Appeal and Value.” *Pediatric Radiology* 46, no. 12 (2016): 1744–50.
- Tarigan, Debby Inga Malem. “Kajian Gaya Hidup Masyarakat Di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado, e-Journal ‘Acta Diurna’ Volume IV.” *Acta Diurna* IV, no. 4 (2015).
- Veblen, Thorstein. *The Theory of Leisure Class*. Oxford: Oxford: University Press, 2007.
- Yose, David, and Ikhwan Ikhwan. “Fenomena Pelaku Konsumtif Remaja Kota Padang Penikmat Coffee shop.” *Jurnal Perspektif* 5, no. 2 (2022): 208–16. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.621>.