

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango

(The Effect of Lifestyle on the Consumptive Behavior of Fishermen's Children in Botubarani Village, Bone Bolango District)

Hapsawati Taan*, Imam Prawiranegara Gani, Erlin S. Uge, Abdul Azis S Bratan
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
Jalan Jenderal Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, Indonesia
Email: hapsawatitaan@ung.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kuantitatif. Sampel dari penelitian ini berjumlah 100 responden dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik Pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan t hitung sebesar 13,182 dan nilai signifikan $0,000 < 0,1$ maka dapat dinyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki kontribusi pada perilaku konsumtif anak nelayan dalam menentukan kegiatan ekonominya.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Anak Nelayan

Abstract

The purpose of this study was to analyze the effect of lifestyle on the consumptive behavior of fishermen's children in Botubarani Village, Bone Bolango Regency. The research approach used is a quantitative research approach. The sample of this research is 100 respondents with purposive sampling technique. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used is simple regression analysis. The results of this study show that there is a positive and significant influence of lifestyle on consumptive behavior. This is shown by the t count of 13,182 and the Sig. $0.000 < \alpha 0.01$, it can be stated that lifestyle has a significant effect on consumptive behavior. So it can be concluded that lifestyle has a contribution to the consumptive behavior of fishermen's children in determining their economic activities

Keywords: Lifestyle; Consumptive behaviour; Fisherman's son

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan berbagai sektor mengalami perkembangan. Salah satu yang paling terdampak adalah pada sektor kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu sesuai dengan kebutuhannya. Pada dasarnya kegiatan ekonomi dikelompokkan menjadi produksi, distribusi, dan konsumsi. Setiap manusia dituntut untuk melakukan kegiatan ekonomi khususnya adalah konsumsi. Konsumsi merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan manusia untuk mempertahankan kehidupannya.

Konsumsi sangat berpengaruh terhadap stabilitas perekonomian. Semakin tinggi tingkat konsumsi, semakin tinggi pula perubahan kegiatan ekonomi. Berdasarkan data

dari Badan Pusat Statistik Tahun 2022 mengungkapkan struktur ekonomi Kabupaten Bone Bolango tahun 2022 jika dilihat dari sisi pengeluaran didominasi oleh komponen pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (PK-RT) dengan kontribusi sebesar 61,14 persen. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumsi masyarakat naik berarti menggambarkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi juga, sebaliknya jika daya beli masyarakat atau konsumsinya turun, maka berpotensi menurunkan angka perekonomian. Dengan demikian, kebutuhan hidup manusia selalu berkembang sejalan dengan tuntutan zaman, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup saja, akan tetapi juga menyangkut kebutuhan lainnya.

Perilaku konsumtif sangat erat hubungannya dengan teori konsumsi dan teori perilaku konsumen. Suparmono (2004), menyatakan tingkat konsumsi untuk barang modal dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pendapatan, tingkat

* Corresponding Author

bunga, sosial ekonomi dan selera. Sedangkan Suryani (2008), menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat dikaitkan dengan perilaku individu dalam bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merek dan penolakan terhadap suatu produk. Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan secara terus menerus, karena memang pada dasarnya manusia tidak lepas dari kebutuhan dan tidak akan pernah puas. Kebutuhan manusia dapat terpenuhi salah satunya melalui kegiatan konsumsi, di mana konsumen akan mengalokasikan uangnya untuk pemenuhan kebutuhan.

Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zhao et al. (2013), perilaku konsumen dibagi menjadi tiga bentuk sesuai dengan tahapan konsumsi, yaitu membeli, menggunakan (memakai) dan mendaur ulang. Berdasarkan tahapan konsumsi tersebut terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi diantaranya adalah pendapatan 17,7%, yang diikuti dengan efektivitas yang dirasakan oleh konsumen sebesar 12,8%, usia 14,1% dan tingkat pendidikan 2%. Masyarakat dengan rentan usia muda dan dewasa merupakan generasi yang masih terpengaruh oleh perkembangan zaman dan akan selalu mengikuti tren khususnya pada anak nelayan.

Penelitian dilakukan oleh Enrico et al. (2014), menunjukkan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu penggunaan produk dan daya beli, status sosial, kepuasan dan gaya hidup keluarga. Kebanyakan dari kalangan generasi muda cenderung mengikuti gaya hidup kekinian sehingga dalam pemilihan konsumsi tidak lagi membedakan antara kebutuhan pokok dan keinginan. Semakin mewah gaya hidup seseorang, maka akan meningkatkan perilaku konsumsi seseorang, sebab gaya hidup yang mewah akan menimbulkan keinginan akan barang-barang mewah pula, sehingga skala prioritas tidak terpikirkan. Kalangan generasi muda sangat diharapkan dapat berkonsumsi sesuai dengan skala prioritas kebutuhan.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut penting dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif anak nelayan. Dan berdasarkan konsep teori yang telah dijelaskan maka hipotesis yang dikemukakan yaitu gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango.

Kajian Teori

Gaya hidup merupakan karakteristik seseorang yang bisa diamati dan yang menandai sistem nilai serta sikap terhadap diri sendiri dari lingkungan sosialnya (Thamrin & Saleh, 2019). Taan & Radji (2019) menjelaskan bahwa gaya hidup sebagai faktor yang lebih dekat dalam merefleksikan minat serta nilai-nilai konsumen yang terus mengalami perubahan pada akhirnya nilai tersebut akan

mempengaruhi perilakunya. Dari perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam satu jenis produk yang ada. Gaya hidup mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang.

Menurut Kotler & Keller (2018) gaya hidup berkaitan dengan bagaimana orang membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu atas produk yang dikonsumsinya. Psikografik berarti menggambarkan (*graph*) psikologi konsumen (*psyco*). Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran AIO (*Activity, Interest, Opinion*) yang menjadi bagian daripada psikologi konsumen. Dimensi activity (aktifitas dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga dan kegiatan sosial. Sedangkan dimensi inverst (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga dan rekreasi. Dimensi opinion (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah masalah sosial, bisnis dan produk, gaya hidup mencakup suatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang.

Schiffman & Kanuk (2007) mengemukakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi mengenai proses-proses yang terjadi saat individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau menghentikan pemakaian produk/jasa, ide atau pengalaman dalam rangka memuaskan keinginan dan hasrat tertentu. Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu yang secara langsung terlibat di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. Selanjutnya, Sumarwan (2011) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua keinginan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa.

Perilaku konsumtif pada umumnya merujuk pada seseorang atau kelompok yang menjalankan proses konsumsi terhadap sebuah produk jasa, brand, atau perusahaan serta pemanfaatan nilai uang berlebihan secara sadar maupun tanpa sadar dan akan berkesinambungan (Fungky, Sari, & Sanjaya, 2021). Pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu impian untuk memenuhi keinginan kesenangan saja dianggap menjadi perilaku konsumtif (Rahma, Bukhari, & Prasetyo, 2022). Terdapat delapan indikator perilaku konsumtif diantaranya yaitu membeli produk karena iming-iming, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan

harga mahal akan menimbulkan kepercayaan diri yang tinggi, dan membeli lebih dari dua produk sejenis (Sumartono, 2022).

Penelitian dilakukan oleh Enrico et al. (2014), menunjukkan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu penggunaan produk dan daya beli, status sosial, kepuasan dan gaya hidup keluarga. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Taqwa & Mukhlis, (2019); Sa'idah & Fitriyati (2022); Rahma, Bukhari, & Prasetyo (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi muda yaitu gaya hidup. Kebanyakan dari kalangan generasi muda cenderung mengikuti gaya hidup kekinian sehingga dalam pemilihan konsumsi tidak lagi membedakan antara kebutuhan pokok dan keinginan. Semakin mewah gaya hidup seseorang, maka akan meningkatkan perilaku konsumsi seseorang, sebab gaya hidup yang mewah akan menimbulkan keinginan akan barang-barang mewah pula, sehingga skala prioritas tidak terpikirkan. Kalangan generasi muda sangat diharapkan dapat berkonsumsi sesuai dengan skala prioritas kebutuhan.

Metode

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu, dalam hal ini peneliti mengumpulkan datanya melalui kuesioner maupun interview. Lokasi penelitian ini yaitu di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango. Objek dalam penelitian ini adalah gaya hidup (X), dan perilaku konsumtif (Y). Pada penelitian ini variabel gaya hidup menggunakan indikator aktivitas, minat, dan opini. Pada penelitian ini variabel konsumtif menggunakan indikator membeli produk alasan iming-iming, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, Membeli produk atas dasar pertimbangan harga, membeli produk atas dasar menjaga simbol status, membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan kepercayaan diri yang tinggi, dan membeli lebih dari dua produk sejenis. Responden penelitian sebanyak 100 responden yaitu anak nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango khususnya anak dengan tingkat pendidikan SMP sampai perguruan tinggi. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu kuesioner yang disebar secara langsung dan melalui google form. Indikator variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan Skala Likert. Analisis yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian yaitu regresi linier sederhana

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan tabel 1, menunjukkan hasil dari data yang diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 24,234 sedangkan nilai dari variabel gaya hidup (b/koefisien regresi) sebesar 1,583. Hasil dari persamaan di atas yaitu konstanta sebesar 24,234 yang berarti bahwa nilai konsistensi variabel perilaku konsumtif sebesar 24,234 koefisien regresi variabel X1 sebesar 1,583 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai gaya hidup maka perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 1,583. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian dinyatakan positif. Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel di atas sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumen

Tabel 1. Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.234	4.127		5.873	.000
	Gaya_Hidup	1.583	.120	.800	13.182	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data Olahan Spss 20, 2023

Uji T (parsial)

Pada tabel 2, t hitung sebesar 13,182 lebih besar dari t tabel 1,291 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif karena nilai dari t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,1 sehingga H0 ditolak dan Ha diterima.

Tabel 2. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.234	4.127		5.873	.000
	Gaya_Hidup	1.583	.120	.800	13.182	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data Olahan Spss 20, 2023

Uji Determinasi (R²)

Berdasarkan tabel 3 di bawah diketahui nilai R Square sebesar 0,639, hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan di mana variabel independen yaitu gaya hidup memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 63,9% sedangkan untuk sisanya 36,1% dijelaskan dengan faktor atau variabel yang lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 3. Uji Determinasi (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.639	.636	6.420

a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup

b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data Olahan Spss 20, 2023

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. Hal ini berarti bahwa gaya hidup merupakan salah faktor yang berperan penting dalam menentukan tinggi rendahnya perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. Semakin tinggi gaya hidup dilakukan akan mendorong semakin tinggi perilaku konsumtif yang di lakukan anak nelayan. Sebaliknya jika gaya hidup rendah, maka perilaku konsumtif anak nelayan juga akan mengalami penurunan. Hasil analisis penelitian ini menerima hipotesis, bahwa diduga gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango.

Kegiatan perusahaan dalam menetapkan segmentasi pasar tidak terlepas dari faktor gaya hidup guna mengetahui karakteristik pelanggan, minat, kebiasaan, sikap keyakinan, dan sebagainya secara langsung mempengaruhi alasan pelanggan untuk membeli. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan dari seseorang yang berinteraksi dengan lingkungan dan kepribadian dari konsep diri. Setiap manusia memiliki kepribadian yang berbeda yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian (Melina & Wulandari, 2018; Azizah, 2020). Sementara Taan & Radji (2019) menjelaskan bahwa gaya hidup sebagai faktor yang lebih dekat dalam merefleksikan minat serta nilai-nilai konsumen yang terus mengalami perubahan pada akhirnya nilai tersebut akan mempengaruhi perilakunya. Menurut Kotler & Keller (2018) gaya hidup berkaitan dengan bagaimana orang membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu atas produk yang dikonsumsi.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan. Hasil penelitian ini didukung penelitian Melina & Wulandari (2018) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Jika semakin mewah gaya hidup seseorang maka akan meningkatkan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini juga didukung Puspitaningsih & Admoko (2021) yang menjelaskan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada umumnya merujuk pada seseorang atau kelompok yang menjalankan proses konsumsi terhadap sebuah produk jasa, brand, atau perusahaan serta pemanfaatan nilai uang berlebihan secara sadar maupun tanpa sadar dan akan berkesinambungan (Fungky, Sari, & Sanjaya, 2021).

Temuan penelitian ini tidak mendukung penelitian Risnawati et al. (2018) yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini juga tidak didukung oleh hasil penelitian Kurniawan (2021) yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sementara penelitian Putra et al. (2022) menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh pada pembentukan loyalitas pelanggan. dalam penelitian ini merupakan pola hidup yang menentukan bagaimana seorang memilih dan menggunakan waktu, uang, dan energi dan merefleksikan nilai-nilai, rasa dan kesukaannya akan sebuah brand.

Pengetahuan tentang perilaku konsumen sangat penting khususnya bagi konsumen individu dalam melakukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian dan konsumsi barang dan jasa (Taan, 2017). Gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel yaitu aktivitas, minat dan pendapat pandangan. Lingkungan keluarga akan memberikan pengaruh terhadap pembentukan gaya hidup, selain itu juga teman sebaya yang dapat memberikan sebuah pengaruh gaya hidup hedonis. Keluarga menjadi bagian terdekat dalam melakukan interaksi secara berkelanjutan adapun teman sebaya dapat mempengaruhi yaitu dengan bentuk sebuah pengakuan pada lingkungannya sendiri. Konsumsi manusia modern bukan hanya sekedar bentuk barang, akan tetapi juga dalam bentuk layanan manusia dan hubungan antar manusia (Thamrin & Saleh, 2019).

Pengaruh indikator gaya hidup yang dominan terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango adalah aktivitas. Dalam aspek aktivitas anak nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango. Orang tuanya lebih memilih membeli kapal yang mahal untuk terlihat lebih bagus dan cenderung membeli alat tangkap ikan misalnya pukat harimau selain itu orang tua anak nelayan membeli alat tangkap ikan (misalnya pancing dan jaring) untuk memenuhi hobinya dan untuk koleksi. Di samping itu sering menghabiskan waktu untuk berkumpul misalnya di warung kopi dan cafe. Pada aspek opini orang tua anak nelayan lebih mengutamakan harga alat tangkap daripada manfaat dan kegunaan alat tangkap. Di samping itu orang tua anak nelayan menggunakan teknologi terbaru dalam segala kegiatan melaut serta merasa bangga ketika membeli kapal yang besar.

Selanjutnya pada aspek minat orang tua anak nelayan memiliki minat yang cukup tinggi untuk membeli alat tangkap ikan yang sedang trend serta cenderung membeli alat tangkap ikan dengan harga yang mahal.

Simpulan dan Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. Hal ini berarti bahwa gaya hidup merupakan salah faktor yang berperan penting dalam menentukan tinggi rendahnya perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango. Semakin tinggi gaya hidup dilakukan akan mendorong semakin tinggi perilaku konsumtif yang di lakukan anak nelayan. Sebaliknya jika gaya hidup rendah, maka perilaku konsumtif anak nelayan juga akan mengalami penurunan. Pengaruh indikator gaya hidup yang dominan terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango adalah aktivitas. Gaya hidup memiliki kontribusi pada perilaku konsumtif anak nelayan dalam menentukan kegiatan ekonominya.

Saran bagi keluarga nelayan di Desa Botubarani Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolango yaitu perlunya pemahaman dalam perilaku konsumtif untuk tidak membeli produk hanya karena alasan promo diskon, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk hanya demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas dasar menjaga simbol status, membeli produk karena unsur formalitas terhadap model yang mengiklankan, serta membeli produk karena menilai bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan kepercayaan diri yang tinggi. Sebaiknya membeli suatu produk karena kebutuhan yang disesuaikan dengan keuangan yang tersedia.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan dalam pembahasan dan simpulan maka implikasi yang dapat disampaikan bagi keluarga nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup dan perilaku konsumtif sehingga dapat membantu pengambilan keputusan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginan. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya meneliti pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif anak nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango. Untuk peneliti selanjutnya disarankan meneliti variabel lain misalnya literasi keuangan, media sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain misalnya literasi keuangan, media sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif sehingga dapat memperluas objek penelitian.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada pihak Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo yang telah memberikan bantuan dana untuk Penelitian Kolaboratif Dosen dan Mahasiswa Dana BLU Tahun Anggaran 2023. Sumber dana RBA Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo Tahun 2023 dengan nomor Kontrak Penelitian: 624/UN47.B8/KU/2023 tentang penerima bantuan dana Penelitian Kolaboratif Dosen dan Mahasiswa, sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

Referensi

- Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 92-101.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survei of University Student in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 1-6.
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 82-98.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneurship*, 152-164.
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*.
- Puspitaningsih, F., & Admoko, D. Y. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS di SMA Negeri 2 Trenggalek. *Journal Educational Research and Development*, 29-36.
- Putra, A. R., Rudiansyah, M. M., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., & Sinambela, E. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Fisik, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Lottemart. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 71-85.
- Rahma, S. U., Bukhari, E., & Prasetyo, E. (2022). Pengaruh Literasi keuangan, Pendapatan Dan Gaya hidup Terhadap Perilaku konsumtif belanja online pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 49-56.

- Risnawati, Mintarti, S. U., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 430-436.
- Sa'idah, F., & Fitriyati, D. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Pedagogy: Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 255-265.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Customer Behavior 8th Edition*. United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Sumartono. (2022). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Suparmono. (2004). *Pengantar Ekonomika Makro (Teori, Sosial, dan Penyelesaiannya)*. Yogyakarta: UPP AMP TKPN.
- Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen (Implikasinya pada Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Taan, H. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Taan, H., & Radji, D. J. (2019). How Does The Relationship Between Lifestyle With Consumer Decisions In Buying Motorbikes? *Jambura Science of Management*, 38-47.
- Taqwa, Y. S., & Mukhlis. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 831-840.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al- Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 130-139.
- Zhao, H., Gao, Q., Wu, P. W., Wang, Y., & Zhu, X. (2013). What Affects Green Consumer Behavior in China? A Case Study from Qingdao. *Journal of Cleanner Production*, 1-9.