

BAB II
PERSPEKTIF TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan mengacu pada penelitian sebelumnya,berikut beberapa penelitian sebelumnya :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul>Nama peneliti	Fokus Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi (Intan Kurniasari,Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah,2021)	Bagaimana perilaku berbelanja yang ditimbulkan dari penggunaan fitur Spaylater?	Kualitatif	Fitur Spaylater sangat mempengaruhi gaya hidup karena ketika berbelanja tidak perlu membayar saat itu juga. Berdampak perilaku konsumtif bagi masyarakat
2.	Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya (Revan Eria Bintang Hardhika,Anam Miftakhul Huda,2021)	Motif yang digunakan mahasiswa dalam fitur pembayaran paylater	Kualitatif	Konsumen menetapkan paylater sebagai pembayaran cashless,sebagai pembayaran baru dan menjadikan strategi yang cocok untuk mengelola keuangan.
3.	Hiperrealitas Shopee Paylater Sebagai Media Gaya Hidup (Wuri Ratrining	Bagaimana hiperrealitas Spaylater sebagai gaya	Kualitatif	Kemudahan dalam menggunakan Spaylater dapat

	Iszati,2021)	hidup remaja?		merubah gaya hidup yang tadinya takut berhutang tetapi sekarang kecanduan menggunakan fitur ini.
4.	Gaya Hidup Penggunaan Kartu Kredit Masyarakat Urban di Surabaya (R.Nurcahya Pramuhadi,2020)	Bagaimana gaya hidup pengguna kartu kredit di Surabaya?	Kualitatif	Pengguna kartu kredit mayoritas perempuan diatas 25 tahun yang menggunakannya untuk belanja yang sekiranya tidak dibutuhkan untuk menghindari prestise sedangkan usia dibawah 25 tahun menggunakan kartu kredit sebagai gaya hidup.
5.	Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital (Sisca Aulia,2020)	Bagaimana perilaku konsumen dalam memanfaatkan aplikasi dompot digital?	Kualitatif	Dompot digital telah membentuk masyarakat bergantung pada pembayaran elektronik.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Marketplace Shopee

Shopee adalah pasar singapura yang mulai berkembang di asia tenggara, termasuk indonesia pada tahun 2015. Platform shopee telah berkembang menjadi marketplace terbesar ketiga di Indonesia setelah pengembangan. Marketplace yang merupakan bagian dari SEA Group ini berhasil menarik perhatian pelanggan Indonesia dengan kampanye imajinatif yang melibatkan banyak influencer dan kolaborasi dengan selebriti yang menyuarakan iklan shopee. Shopee menghadirkan pengalaman berbelanja baru di Indonesia. Shopee memudahkan vendor untuk penjual dan pembeli melakukan pembayaran dengan aman (Sholihin dan Oktapiani, 2021).

Shopee adalah pasar online ramah seluler yang memungkinkan vendor dan pembeli membuat pembelian dan penjualan online lebih nyaman. Shopee adalah platform perdagangan online Indonesia berbasis aplikasi mobile (Sastika, 2018). Shopee memiliki banyak pilihan barang mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari. Target audience shopee adalah generasi milenial yang terbiasa menyelesaikan sesuatu melalui teknologi, salah satunya adalah *Internet Buying*. Untuk itu shopee hadir dalam aplikasi mobile yang bisa digunakan kapanpun dan dimanapun guna memberikan kemudahan dan efisiensi dalam berbelanja. Aplikasi mobile ini juga bisa diakses melalui ponsel tanpa harus membuka perangkat komputer (Santoso, 2018).

Shopee adalah pasar teratas di Indonesia karena sejumlah faktor (Chris Feng CEO Shopee). Berikut beberapa keunggulan yang ditawarkan shopee kepada penggunanya:

a. Memiliki banyak pelanggan

Salah satu pasar internet yang paling populer adalah Shopee. Banyak orang menggunakan Shopee karena kemudahan dalam membeli. Konsumen tidak perlu keluar rumah untuk membeli barang yang diminta.

b. Tersedia berbagai program menarik

Shopee menawarkan berbagai program hiburan untuk dinikmati semua pengguna. Layanan ini tidak hanya menguntungkan pengguna shopee, tetapi juga memudahkan merchant untuk berjualan di platform. Program pengiriman gratis adalah salah satu fitur Shopee yang paling berguna bagi pembeli dan penjual. Konsumen dapat menggunakan program ini untuk membeli barang yang diinginkan tanpa harus membayar ongkos kirim. Penjual dapat meningkatkan penjualan mereka dengan berpartisipasi dalam program ini.

c. Mekanisme pengiriman paket terhubung dengan Shopee.

Mekanisme pengiriman paket sudah terhubung langsung dengan Shopee. Penjual dan pelanggan dapat melacak paket mereka melalui akun Shopee mereka. Pengguna hanya perlu mengklik bagian paket yang dikirim untuk melihat di mana kiriman mereka. Akibatnya, pengguna dapat memastikan keamanan paket.

Setelah mengetahui keunggulan Shopee, langkah selanjutnya adalah mempelajari elemen-elemen yang membuat marketplace ini menarik. Fitur-fiturnya adalah sebagai berikut :

1. Pengiriman gratis ongkir

Di Shopee, penjual dapat dengan mudah mendaftarkan toko mereka untuk fungsi pengiriman gratis. Pilihan pengiriman gratis biasanya membutuhkan waktu beberapa hari untuk diaktifkan, dan setelah disetujui, postingan produk akan menampilkan postingan pengiriman gratis.

2. Cash on Demand (COD)

COD atau *Cash on Demand* adalah layanan yang memungkinkan pembeli membayar barang segera setelah barang datang. Untuk mengakses fitur ini, pembeli harus check out dan memilih Bayar di Tempat pada opsi pembayaran saat memesan ekspedisi dari JNT.

3. Cashback dan Voucher

Fitur seperti cashback dan voucher memberikan diskon pada saat pembelian. Shopee menawarkan dua jenis cashback: Shopee Pay dan Shopee Coins. Keduanya dapat digunakan untuk mengurangi pengeluaran di masa depan. Untuk menggunakan fungsi ini, cukup ajukan klaim pada saat promosi, lalu masukkan kupon sebelum setuju untuk membayar saat check out.

4. Shopee koin dan Shopee pay

Saat mengumpulkan voucher hadiah atau bermain Game Shopee, koin Shopee sering diberikan sebagai bonus. Shopee Pay, di sisi lain, adalah dompet elektronik yang dimiliki oleh Shopee. Shopee Pay, seperti halnya uang di rekening bank, dapat digunakan untuk berbagai transaksi. Akun tersebut juga dapat menerima dan mengirim pembayaran Shopee Pay. Tidak hanya itu, dengan memanfaatkan Shopee Pay, kamu bisa mendapatkan penghematan khusus di sejumlah retailer. Pengguna yang membayar juga dapat melakukan pembelian dengan lebih mudah dan cepat dengan Shopee.

5. Shopee Game

Shopee baru saja meluncurkan fitur ini, yang menghasilkan peningkatan pengguna beta. Shopee Shake, Shopee Cut, Shopee Goyang Jari, Shopee Poli, Shopee Tanam, Shopee Candy, Shopee Throw, dan tambahan terbaru, Shopee Candy dan Link Shopee, hanyalah beberapa dari permainan yang tersedia. Bagi pelanggan yang menyelesaikan tujuan Shopee, game ini menawarkan berbagai hadiah, mulai dari koin Shopee hingga berbagai voucher hingga hadiah menggiurkan seperti Smartphone.

2.2.2 Fitur Shopee Paylater

Shopee Paylater adalah opsi kredit yang ditawarkan oleh e-commerce Shopee. Fungsi paylater secara umum memberikan kemudahan berupa pembayaran kredit online yang dapat dilakukan konsumen dalam satu kali cicilan atau lebih di kemudian hari (Aulianisa, 2020). Seluruh proses Shopee PayLater

berlangsung di dalam aplikasi Shopee. Pengguna tidak perlu keluar dari aplikasi setelah disetujui, dan mereka dapat segera mulai menggunakannya.

Menurut (Shopee, 2020) berikut penjelasan cara kerja, fitur, bunga dan biaya, persyaratan shopee paylater :

1. Cara Kerja

PayLater bekerja sedemikian rupa sehingga setelah konsumen menyetujuinya, konsumen akan diberikan batas belanja. Besaran limit dapat berubah tergantung dari pilihan Shopee. Setiap pembelian PayLater akan dibatasi, dan setelah pembayaran dibayarkan, pembatasan akan dicabut. Fungsinya mirip dengan kartu kredit. Fitur ini dapat digunakan selama limit masih tersedia dan tidak ada tunggakan pembayaran. Sebaliknya, fasilitas tersebut tidak dapat digunakan jika telah mencapai limit atau terdapat tunggakan pembayaran. Jumlah pembatasan berbeda-beda untuk setiap pengguna Shopee. Batas kredit Anda dapat dinaikkan secara otomatis berdasarkan kebiasaan pengeluaran dan pembayaran konsumen. Untuk metode pembayaran dalam waktu satu bulan dan cicilan, tidak ada minimal transaksi.

2. Fitur

Shopee PayLater adalah kartu kredit yang dapat digunakan untuk melakukan pembelian di Shopee dan memiliki keuntungan sebagai berikut:

- Limit kredit Rp 500 ribu hingga Rp 15 juta
- Konsumen dapat memilih tanggal jatuh tempo tagihan, yaitu tanggal 5, 11, dan 25 setiap bulannya.

- Konsumen dapat memperoleh peningkatan batas jika mereka memiliki riwayat pembayaran yang baik.

Batas maksimal yang ditentukan di aplikasi Shopee adalah Rp 6 juta, tetapi rekomendasi yang kami terima bisa mencapai Rp 15 juta. Hasil analisis Shopee mengidentifikasi perbedaan tersebut. SPayLater dapat digunakan untuk membeli berbagai produk digital antara lain: Pulsa, Listrik PLN, Paket Data, BPJS, Tiket Kereta Api, Telkom, PDAM, Pascabayar, Tiket Pesawat, TV Kabel & Internet, Bus & Travel, dan Tiket Travel adalah beberapa layanannya ditawarkan oleh Telkom.

Namun, SPayLater tidak dapat digunakan untuk membeli produk jenis Voucher, Gold, elektronik money atau Zakat. Limit pada SPaylater tidak dapat diuangkan dan harus digunakan secara eksklusif untuk pembelian Shopee.

3. Bunga dan Biaya

Bunga dan jumlah tagihan berlaku untuk cicilan SPayLater.

- Tingkat bunga 2,95 persen, dan dimulai pada 28 April 2020. Tingkat bunga ini dapat berubah sewaktu-waktu.
- Saat membayar dengan SPayLater, ada biaya penanganan 1% per transaksi.
- Jika konsumen terlambat membayar, konsumen akan dikenakan biaya penalti 5%.

Penting untuk diingat bahwa penundaan itu signifikan, dan bahkan bisa lebih tinggi dari bunga, sehingga harus diperhitungkan.

4. Persyaratan

“SPayLater hanya dapat diaktifkan oleh Pengguna yang ditunjuk menggunakan aplikasi Shopee,” demikian penjelasan aplikasi Shopee. Jika pengguna memilih pilihan ini, pengguna akan menerima pesan untuk mengaktifkan SPayLater." Meskipun pengguna telah mendapatkan undangan dari Shopee, hal ini tidak menjamin bahwa klien akan dapat menggunakan layanan tersebut. Masih harus melalui langkah-langkah berikut, yang akan diputuskan Shopee dalam hal persetujuan batas kredit.

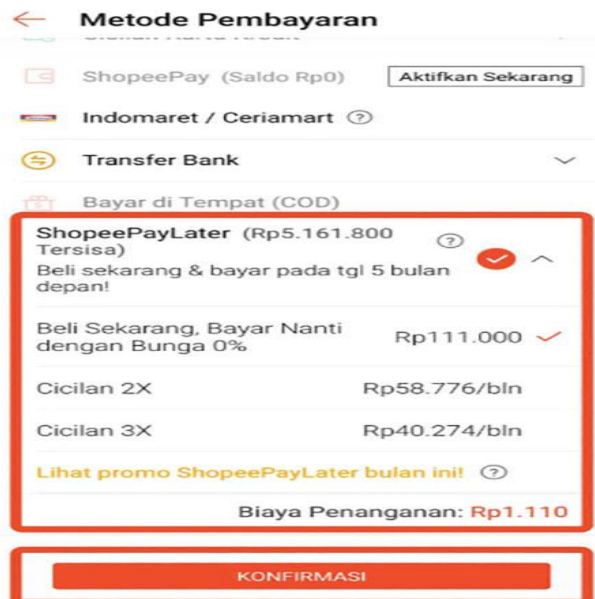
Persyaratan lainnya meliputi:

1. Harus warga negara Indonesia dengan usia minimal 17 tahun.
2. Memiliki kartu identitas yang masih berlaku
3. Pengguna memiliki akun shopee yang sudah terkonfirmasi.
4. Pengguna telah menjadi anggota shopee setidaknya selama tiga bulan.
5. Program shopee sering digunakan oleh pengguna.
6. Menggunakan aplikasi shopee versi terbaru

5. Cara Menggunakan dan Proses Pembayaran bagi Pengguna Spaylater

Menggunakan fungsi ini mirip dengan membeli barang di Shopee dengan cara biasa. Cara menggunakan fungsi Spaylater adalah sebagai berikut:

- a. Saat membeli produk dan membayarnya, pengguna memiliki opsi untuk memilih metode pembayaran. Pilihan ShopeePaylater tersedia untuk metode pembayaran ini.



Gambar 2. 1 Metode Pembayaran Shopeepay

- b. Pengguna kemudian akan diminta untuk memasukkan pin Shopee Paylater mereka. Pengguna akan menerima kode tuas atau kode OTP jika belum mengaktifkan pilihan Shopee Paylater dan tidak memiliki pin. Tujuannya adalah untuk menyelesaikan transaksi.

2.2.3 Gaya Hidup

1. Pengertian Gaya Hidup

Engel dkk. (2008) mengatakan bahwa gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Menurut Setiadi (2008) gaya hidup merupakan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Lebih lanjut, Kotler dan Armstrong (2008) mengatakan bahwa gaya hidup

adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.

Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup menurut Kotler dan Armstrong (dalam Rianton, 2012) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan.

Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya (Sumarwan, 2004:57).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya namun bukan atas dasar kebutuhan tetapi atas dasar keinginan untuk bermewah-mewahan atau berlebihan-lebihan. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam yang ada pada diri manusia. Walaupun kedua konsep tersebut berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik

internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang.

2. Jenis-Jenis Gaya Hidup

Ada beberapa Jenis gaya hidup (dalam Manalu, 2017), antara lain:

a. Gaya Hidup Konsumtif

Perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, remaja hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif yaitu mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Konsumtif bisa digunakan untuk penggunaan uang dan waktu.

b. Gaya Hidup Hedonisme

Hedonisme adalah suatu pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Bisa dikatakan perilaku hedonisme lebih mementingkan kesenangannya, tidak lagi peduli dengan orang yang disekitarnya. Hedonisme cenderung konsumtif, karena menghabiskan uang untuk membeli barang-barang yang hanya untuk kesenangan semata tanpa disadari kebutuhan. Mengahmbur-hamburkan uang untuk membeli berbagai barang yang tidak penting hanya untuk sekedar pamer merk/barang mahal.

c. Gaya Hidup dalam Pemanfaatan Waktu Luang

Waktu luang merupakan bagian yang terpenting bagi setiap orang. Sebagaimana diketahui pada hakekatnya kehidupan manusia khususnya remaja,

selalu ditandai dengan aktivitas kegiatan belajar dan privat. Waktu luang adalah relaksasi, hiburan, dan pengembangan diri. Namun banyak remaja memanfaatkan waktu untuk melakukan apapun yang disenanginya sebagai cara untuk mencapai tujuan sesuai dengan kebutuhan melalui kegiatan yang dipilih pada dasarnya akan mendapat kepuasan.

2.2.4 Gaya Hidup Hedonisme

1. Pengertian Gaya Hidup Hedonisme

Sinonim lain gaya hidup adalah way of life, yang diartikan sebagai kebutuhan sekunder manusia yang dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah cara hidupnya. Cara Anda berpakaian, perilaku Anda, dan faktor lain dapat mengungkapkan gaya hidup Anda. Melalui struktur sosial yang dimiliki, gaya hidup dapat membedakan status dari orang lain dan lingkungan sekitarnya. Menurut Kotler dan Keller (2012: 192), gaya hidup hedonisme seseorang diwujudkan dalam tindakan, minat, dan pendapatnya di dunia. Selanjutnya menurut (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008), gaya hidup hedonis adalah sekumpulan pola perilaku sehari-hari masyarakat.

Gaya hidup hedonistik menjadi salah satu pilihan yang banyak diminati oleh para remaja saat ini. (Bentham dalam Faqih, 2003) mendefinisikan gaya hidup hedonis sebagai keinginan individu untuk bertindak dengan cara yang menyenangkan. Selanjutnya menurut (Susianto, 1993), gaya hidup hedonis adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mencari kesenangan, dan kegiatan

tersebut meliputi lebih banyak waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, dan bersenang-senang dalam kelompok timur kota dan juga senang membeli barang yang tidak perlu, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Menurut Levan`s & Linda (2003), gaya hidup hedonisme adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup.

Aspek terpenting dari perilaku hedonis adalah motivasi hedonis, yaitu hanya kesenangan atau rasa sakit yang dapat menginspirasi seseorang. Nilai-nilai hedonistik menunjukkan bahwa kesenangan adalah satu-satunya hal yang penting dan yang lainnya tidak berharga. Menurut Suprana (2003), gaya hidup hedonis berfokus pada kesenangan hidup, seperti lebih banyak waktu jauh dari rumah, lebih banyak kebutuhan, menikmati hiruk pikuk kota, sering membeli barang-barang mahal untuk kehidupan sehari-hari. menyenangkan, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Secara bertahap akan menjadi fokus utama dari semua tindakan.

Gaya hidup hedonis yang menyenangkan umumnya terlihat di kalangan pelajar remaja, menurut Sujanto (dalam Masmuadi, 2007). Hal ini disebabkan karena mahasiswa mulai mencari identitas diri melalui penggunaan simbol status seperti transportasi, pakaian, dan harta benda. Mahasiswa yang merencanakan kegiatannya di sekitar menghabiskan banyak waktu di luar rumah, seperti mengunjungi pusat perbelanjaan. Hidup akan lebih menyenangkan jika semua hobi dan pendapat individu telah terwujud dengan sempurna seperti yang diimpikan.

Berdasarkan hal tersebut di atas, gaya hidup dapat didefinisikan sebagai perilaku individu yang menyenangkan dengan kesenangan sebagai tujuan utama dalam hidup. Aktivitas, hobi, dan keyakinan yang selalu dilakukan selama hidup dapat mengungkapkan pola perilaku. Individu yang terlibat dalam perilaku hedonistik cenderung menjadi konsumtif.

2. Aspek-Aspek Gaya Hidup Hedonisme

Menurut Engel et al (2010), gaya hidup hedonistik memiliki tiga komponen:

a. Aktivitas

Aktivitas adalah cara hidup pribadi dari waktu ke waktu yang dapat diekspresikan dalam tindakan tulus yang terkadang terlihat dari luar, seperti pergi ke pusat rumah atau kedai kopi dan menikmati berbelanja. barang-barang mahal. tidak berguna (konsumen), tidak perlu bahagia. Bagi remaja, segala sesuatu yang praktis adalah penting dan uang yang diberikan orang tua harus digunakan untuk memuaskan nafsu.

b. Minat

Minat digambarkan sebagai minat pribadi terhadap lingkungan sekitar yang membuat individu senang untuk memperhatikannya. Objek, pariwisata, atau topik yang tidak menyenangkan dalam hidup mungkin menarik minat seseorang. Fashion, makan, produk bermerek, menginginkan barang di luar kebutuhannya, tempat berkumpul, menyukai keramaian, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian masyarakat adalah contoh dari minat tersebut.

c. Opini

Pendapat atau reaksi individu, baik secara lisan maupun tertulis, terhadap pernyataan atau tentang masalah sosial mengenai dirinya dan produk yang berhubungan dengan kesenangan hidup disebut opini. Jika Anda telah mengembangkan preferensi untuk kegiatan yang menyenangkan, perjuangan yang sangat menarik untuk menginginkan segala sesuatunya menjadi lezat dan sederhana. Seorang remaja akan pergi begitu saja jika dia menemukan sesuatu yang sulit untuk dilakukan.

Peter dan Olson (2005: 116) berpendapat bahwa refleksi gaya hidup diwakili oleh aktivitas, minat, dan opini AIO. AIO adalah metode penelitian gaya hidup konsumen terkemuka. Berikut deskripsinya:

d. Aktivitas

Cara seseorang berperilaku secara real time. Hobi, pembelajaran, dan hiburan merupakan contoh kegiatan yang dapat dilihat dan diperlihatkan dalam sikap dan perilakunya.

e. Minat

Minat adalah tingkat kesenangan yang berkembang dan menyebabkan orang tersebut memperhatikannya melalui keluarga, komunitas, media, dan makanan.

f. Opini

Ketika ditanya tentang isu-isu sosial dan produk yang relevan dengan kesenangan hidup, baik komentar lisan maupun tertulis diberikan.

Aspek gaya hidup hedonistik menurut Susanto A.B (2001:63), antara lain:

a. Kegiatan menentukan bagaimana konsumen menghabiskan waktu mereka

- b. Ketertarikan pada apa yang dianggap penting oleh lingkungan
- c. Pendapat tentang bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka.

Berdasarkan interpretasi angka-angka di atas, dapat dikatakan bahwa aspek-aspek gaya hidup hedonis dalam penelitian ini adalah:

- a. **Aktivitas**

Terbukti dengan faktor-faktor seperti lebih banyak waktu luang di luar rumah dan uang untuk dimiliki (dikonsumsi).

- b. **Minat**

Indikator minat meliputi: kesenangan dan kesenangan tertentu, dan keinginan untuk hidup sekali untuk waktu yang lama.

- c. **Opini**

Berdasarkan indikator seperti: keinginan untuk menjalani kehidupan yang menyenangkan dan mudah, baik dari segi derajat kenikmatan hidup.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya hidup Hedonisme

Menurut Kotler (2000), faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis pada seseorang adalah sebagai berikut:

- a. Faktor Internal**

- 1. Sikap**

Keadaan pikiran dan keadaan pikiran yang siap untuk menanggapi suatu objek yang dibentuk oleh pengalaman dan dampak langsung keduanya disebut sebagai sikap. Tradisi, adat istiadat, budaya, dan lingkungan sosial semuanya berdampak pada kesehatan spiritual seseorang.

2. Pengamatan dan pengalaman

Pengalaman dapat memengaruhi persepsi sosial dalam perilaku; itu dapat diperoleh dari semua kegiatan sebelumnya dan diperoleh; orang mengembangkan pengalaman dengan belajar. Hasil interaksi sosial akan dapat membentuk persepsi suatu objek.

3. Kepribadian

Kepribadian adalah apa yang menentukan perbedaan perilaku setiap orang. Beberapa tipe kepribadian dapat mempengaruhi bagaimana orang berinteraksi dengan lingkungan mereka.

4. Konsep diri

Istilah "konsep diri" biasanya digunakan untuk menjelaskan hubungan antara konsep diri konsumen dan citra merek. Minat terhadap suatu hal dipengaruhi oleh cara orang melihat dirinya sendiri. Karena konsep diri merupakan kerangka acuan yang merupakan awal dari aktivitas, maka akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi persoalan hidup sebagai inti dari pola kepribadian.

5. Motif

Tindakan individu dipengaruhi oleh alasan; misalnya, kebutuhan untuk merasa aman dan keinginan untuk status keduanya merupakan motif. Jika kebutuhan seseorang akan status kuat, ia akan mengembangkan gaya hidup yang bersifat hedonis.

6. Persepsi

Persepsi adalah cara seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan data untuk menciptakan gambaran yang berhubungan dengan sesuatu.

b. Faktor Eksternal

1. Kelompok referensi

Istilah "kelompok referensi" mengacu pada kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang. Individu akan terpapar dan beradaptasi dengan berbagai perilaku dan gaya hidup sebagai akibat dari efek ini. Kelompok minat dan bakat, kelompok sebaya, kelompok debat, dan kelompok kerja adalah contoh kelompok referensi.

2. Keluarga

Keluarga memiliki pengaruh terbesar dan paling bertahan lama pada sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh menciptakan perilaku yang tidak berdampak langsung pada pola hidup.

3. Status sosial

Dalam suatu masyarakat, kelas sosial adalah kelompok yang sebagian besar homogen dan bertahan lama yang diatur dalam urutan berurutan, dengan anggota berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama di setiap tingkat.

4. Kebudayaan

Individu sebagai anggota masyarakat mengembangkan informasi, kepercayaan, seni, moral, hukum, konvensi, dan kebiasaan, yang disebut sebagai budaya. Segala sesuatu yang dipelajari dari pola perilaku normatif, termasuk ciri-ciri berpikir, merasa, dan berperilaku, disebut sebagai budaya.

Berdasarkan penjelasan data di atas, dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur berikut mempengaruhi gaya hidup hedonistik dalam penelitian ini:

a. Faktor individu (Internal)

Ini mencakup tanda-tanda seperti sikap terhadap item tertentu, peristiwa, kepribadian, dan konsep diri.

b. Faktor di luar individu (Eksternal)

Kelompok acuan, kelompok sosial, keluarga, dan budaya merupakan salah satu penanda yang ditemukan di sana.

4. Karakteristik Gaya Hidup Hedonisme

Berikut ini adalah ciri-ciri gaya hidup hedonistik menurut Russell (2002):

- a. Memiliki pandangan hidup yang instan, seperti melihat harta karun, selalu dilihat dari hasil akhir, bukan proses menuju hasil akhir. Akibatnya, seseorang dengan pendapat instan akan membenarkan atau menyesali kegembiraannya.
- b. Menjadi pemburu identitas fisik. Seseorang yang menganggap memiliki produk teknis terbaru dan segala bentuk kemewahan merupakan suatu kebanggaan.
- c. Memiliki rasa yang kuat. Tidak ada kepuasan yang lebih besar daripada kegembiraan yang menurut kebanyakan orang memuaskan.
- d. Ada banyak keinginan yang tidak terkendali.
- e. Tidak tahan rasa sakitnya. Ketika seseorang dihadapkan pada dilema, ia akan terlihat sebagai seseorang yang percaya bahwa dunia ini sangat penting.

- f. Ketidakmampuan untuk mengelola uang. Seseorang dengan jumlah ini akan kehilangan dan/atau hanya memiliki sedikit dalam skala kehidupan kelas menengah, dan tidak akan ada tragedi dalam menabung. Makanan adalah urusan yang kompleks dengan ragamnya, belum lagi pakaian, rumah, dan barang-barang mewah.

Berdasarkan penjelasan toko tersebut, terlihat jelas bahwa gaya hidup hedonistik dalam penelitian ini memiliki ciri khas, seperti tidak pernah bahagia dengan apa yang sudah dinikmati, terus mencari kesenangan duniawi, dan tujuan hidup satu-satunya adalah untuk mendapatkan kesenangan.

5. Macam-Macam Gaya Hidup Hedonisme

Menurut Russel (2004), terdapat dua jenis gaya hidup hedonis, yaitu:

a. Hedonisme Egoistis

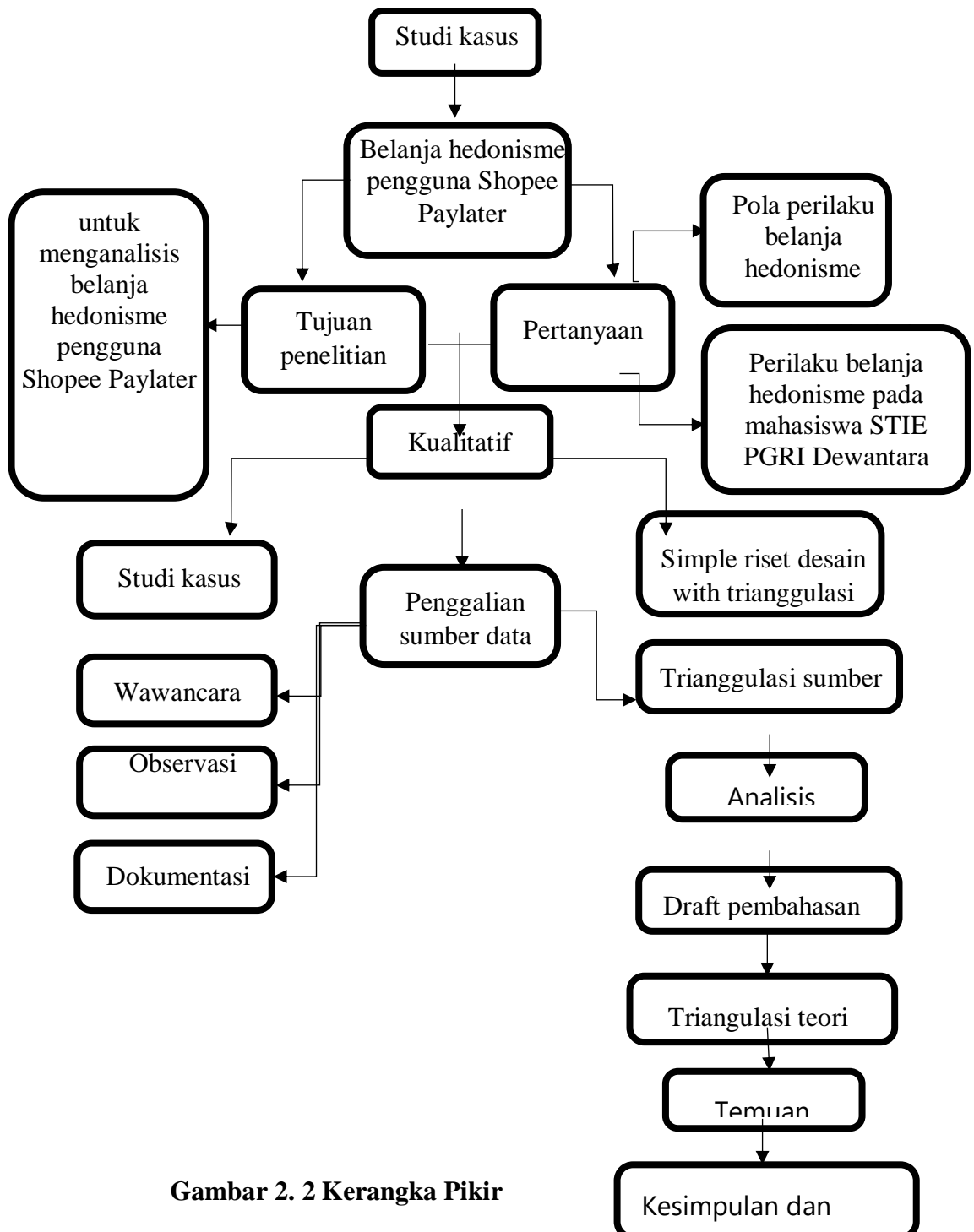
Hedonisme egois adalah gaya hidup hedonistik di mana kesenangan sebanyak mungkin dicapai. Kenikmatan yang dimaksud adalah kenikmatan yang dapat dinikmati dalam waktu lama. Misalnya, bayangkan Anda makan di restoran yang bagus dan mahal dengan jumlah besar dan variasi makanan, dan kemudian Anda punya cukup waktu untuk menikmatinya, seperti di pesta Romawi.

b. Hedonisme Universal

Hedonisme universal adalah gaya hidup hedonistik yang bertujuan untuk memaksimalkan kenikmatan oleh semua orang, termasuk banyak orang. Misalnya, ketika orang menari, mereka harus menari bersama sepanjang malam, dan tidak boleh melewatkan apa pun, atau kegembiraan lain untuk dibagikan.

Seperti yang dijelaskan oleh para tokoh, ada dua jenis gaya hidup hedonistik: gaya hidup hedonistik egois, yang menghargai kesenangan hidup sendiri, dan gaya hidup hedonistik universal, yang menikmati hidup bersama.

2.3 Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 2. 2 Kerangka Pikir