

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja pengguna *e-commerce*. Penelitian ini mengajukan hipotesis yaitu ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja pengguna *e-commerce*. Subjek pada penelitian ini yaitu 116 remaja pengguna *e-commerce* dengan rentang usia 17-22 tahun. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan Skala Perilaku Konsumtif dan Skala Gaya Hidup Hedonis. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,800 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,001$) yang menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yaitu ada korelasi positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja pengguna *e-commerce*. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,639 sehingga dapat dikatakan bahwa gaya hidup hedonis berkontribusi sebesar 63,9% terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna *e-commerce* dan sisanya sebesar 36,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: perilaku konsumtif, gaya hidup hedonis, remaja pengguna *e-commerce*

ABSTRACT

This research aims to determine the relationship between hedonic lifestyle and consumer behavior among adolescent e-commerce users. This research proposes a hypothesis that there is a positive relationship between hedonic lifestyle and consumer behavior among adolescent e-commerce users. The subjects in this study were 116 adolescent e-commerce users with an age range of 17-22 years. The data collection method used in this research is the Consumptive Behavior Scale and Hedonic Lifestyle Scale. The data analysis technique used is product moment correlation. Based on the results of data analysis, it was obtained that the correlation coefficient (r_{xy}) = 0.800 with $p = 0.000$ ($p < 0.001$) which shows that the hypothesis proposed in this research is accepted, namely that there is a positive correlation between hedonic lifestyle and consumptive behavior in teenage e-commerce users. The coefficient of determination (R^2) is 0.639, so it can be said that the hedonic lifestyle contributes 63.9% to consumer behavior and the remaining 36.1% is influenced by other factors.

Keywords: *consumer behavior, hedonic lifestyle, adolescent e-commerce users*