

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi masa ini berbagai bidang sektor ekonomi, teknologi, manufaktur dan bidang lainnya telah berkembang dengan sangat cepat. Dengan berkembangnya berbagai teknologi canggih, manusia kini dapat menyelesaikan dan melakukan tugas dengan lebih mudah. Mahasiswa merupakan individu diharapkan bahwa mereka akan tumbuh menjadi generasi penerus negara yang tidak hanya memiliki kemampuan yang solid, tetapi juga keterampilan yang memadai, sesuai dengan pernyataan Pusvitasari dan Arini (2021) mahasiswa diharapkan mampu menjadi individu yang cerdas, berbakat, pengetahuan yang luas serta kreatif agar dapat bersaing di era globalisasi semakin canggih ini. Mahasiswa adalah sebutan orang yang belajar pada lembaga pendidikan tinggi dengan berbagai kewajiban dan tujuan (Wardani dan Syah, 2022). Mahasiswa termasuk dalam sebuah tahap kehidupan ketika seseorang bertransisi dari remaja menjadi orang dewasa pada masa perkembangan mahasiswa sebagai dewasa awal memiliki tugas perkembangan yaitu mencapai peran sosial hal ini membuat mahasiswa lebih mudah untuk ikut serta berpartisipasi dilingkungan sekitar mereka.

Mahasiswa biasanya berusia antara 18 hingga 22 tahun, yang menandai dimulainya fase dewasa pergeseran menuju tahap dewasa (Santrock, 2003). Siswa yang kemudian mengubah status mereka menjadi

mahasiswa yang mengalami banyak perubahan secara pribadi, seperti menyesuaikan diri dengan teman sekelas dan lingkungan baru. Lingkungan kampus yang kaya akan interaksi sosial dan budaya dapat menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Paparan terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat kota besar, yang seringkali ditandai dengan penekanan pada materi dan status sosial, membuat mahasiswa cenderung mengikuti tren konsumsi yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai positif. Akibatnya, kegiatan produktif dan pengembangan diri seringkali terabaikan (Patawari, 2020).

Yogyakarta terkenal dengan julukan Kota Pelajar karena populasi mahasiswanya yang besar dan beragam. Kehidupan manusia yang kompleks dengan beragam kebutuhan mendorong munculnya berbagai produk dan jasa. Namun, seringkali konsumsi masyarakat didorong oleh faktor non-esensial seperti tren, gengsi, dan keinginan untuk tampil lebih baik. Perilaku konsumtif yang didasari oleh faktor-faktor sebelumnya tidak hanya merugikan secara finansial, tetapi juga dapat menciptakan siklus konsumsi yang terus-menerus dan sulit dihentikan munculnya perilaku konsumtif (Sinaga, 2023). Individu lebih sering membeli barang berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan (Pergiwati, 2016).

Perilaku konsumtif mahasiswa bukan sekadar tren, melainkan cerminan dari sistem konsumsi yang mendorong materialisme dan individualisme. Karakteristik psikologis mahasiswa yang masih labil dimanfaatkan oleh industri untuk menciptakan kebutuhan baru dan

mendorong konsumsi yang berlebihan. Hal ini patut menjadi perhatian, karena dapat berdampak negatif pada kesejahteraan mahasiswa dan lingkungan.

Melimpahnya pilihan barang dan jasa di pasaran telah membentuk pola konsumsi yang baru di masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa. Dorongan untuk memiliki barang-barang tertentu, yang seringkali didasari oleh keinginan untuk mengikuti tren atau meningkatkan status sosial, telah menjadi fenomena yang umum. Perilaku konsumtif ini tidak hanya didorong oleh faktor eksternal seperti iklan dan promosi, tetapi juga oleh faktor internal seperti kebutuhan akan pengakuan dan penerimaan dari lingkungan sosial. Akibatnya, banyak orang yang bersedia mengalokasikan uangnya untuk membeli barang-barang yang pada kenyataannya tidak diperlukan. Fenomena perilaku konsumtif yang semakin marak di masyarakat modern, khususnya di kalangan mahasiswa, tidak terlepas dari pengaruh gaya hidup. Gaya hidup memberikan kontribusi signifikan terhadap meningkatnya perilaku konsumtif. Pusat perbelanjaan modern dengan berbagai merek internasional, restoran cepat saji, dan kafe-kafe dengan nuansa modern telah menjadi simbol status sosial dan gaya hidup yang diinginkan oleh banyak mahasiswa.

Hadirnya pusat perbelanjaan yang menawarkan beragam pilihan produk dari luar negeri telah menciptakan budaya konsumerisme yang mengagungkan merek-merek terkenal. Mahasiswa cenderung menganggap produk-produk impor sebagai simbol status sosial yang tinggi dan kualitas

yang lebih baik. Selain itu, kemudahan akses terhadap informasi melalui media sosial juga memperkuat persepsi ini. Restoran cepat saji dan kafe-kafe bergaya *aesthetic* juga turut berperan dalam membentuk perilaku konsumtif. Makanan cepat saji yang praktis, lezat dan viral menjadi pilihan populer di kalangan mahasiswa, meskipun seringkali kurang sehat. Sementara itu, kafe-kafe menjadi tempat nongkrong yang trendy dan dianggap sebagai sarana untuk bersosialisasi.

Kegiatan nongkrong di kafe ini seringkali dikaitkan dengan gaya hidup hedonis dan konsumsi produk-produk tertentu, seperti kopi spesial dan makanan ringan. Kesadaran mahasiswa yang tinggi terhadap produk-produk baru dan bermerek merupakan faktor lain yang mendorong perilaku konsumtif. Mereka cenderung mengikuti tren terbaru dan membeli produk-produk yang sedang populer di kalangan teman sebaya. Tekanan untuk tampil gaya dan diterima di lingkungan sosial membuat mahasiswa merasa perlu memiliki barang-barang tertentu agar dianggap keren.

Mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif cenderung menghadapi berbagai masalah, seperti kesulitan finansial dan penurunan prestasi akademik (Anggraini dan Hastuti, 2023). Perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian yang didominasi oleh keinginan daripada kebutuhan. Individu yang konsumtif seringkali membeli barang atau jasa tanpa mempertimbangkan harga, manfaat, atau dampak jangka panjangnya. Hal ini dapat memicu kecemburuan sosial, karena tidak semua orang mampu mengikuti gaya hidup konsumtif tersebut. Selain itu, perilaku konsumtif

juga dapat menghambat kemampuan seseorang untuk menabung dan mencapai tujuan finansial jangka panjang (Tarapan, 2022).

Bentuk perilaku konsumtif mengacu pada gaya hidup individu yang konsumtif cenderung lebih menekankan pada pemenuhan keinginan instan daripada kebutuhan yang sebenarnya. Mereka sering kali tergiur oleh iklan dan promosi, sehingga membeli barang atau jasa tanpa perencanaan yang matang. Akibatnya, perilaku konsumtif dapat mengarah pada pengeluaran yang berlebihan dan kesulitan keuangan. Misalnya, membeli pakaian dan membicarakannya adalah dua contoh hal yang sangat pribadi bagi kita. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1994), perilaku konsumtif terbentuk dari faktor-faktor internal dan eksternal. Gaya hidup, sebagai salah satu faktor eksternal, berpengaruh terhadap keputusan konsumsi individu. Ini sesuai dengan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya (Khairat dan Yuliana, 2018) bahwa sebagian besar individu yang terlibat dalam perilaku konsumtif melakukannya karena dorongan untuk mengikuti tren gaya hidup hedonis.

Individu yang hidup hedonis selalu ingin membeli barang-barang terbaru dan tercanggih, tanpa memperdulikan kebutuhan atau kemampuan finansial mereka. Hal ini dapat menyebabkan mereka terlilit hutang, bangkrut, dan mengalami masalah keuangan lainnya. Gaya hidup hedonis yang mementingkan kesenangan sesaat dapat menjerumuskan kita ke dalam lingkaran kecemburuan sosial, kebiasaan konsumtif yang tidak sehat, dan mengabaikan pentingnya menabung di masa depan. . Gaya hidup kekinian

yang semakin hedonis mendorong individu untuk terus-menerus mencari kesenangan instan. Hal ini dapat berdampak negatif pada kesejahteraan pribadi, hubungan sosial, dan keuangan.

Keinginan akan kebahagiaan adalah naluri manusia. Namun, gaya hidup hedonis yang mengedepankan kesenangan instan dan materi seringkali memberikan kepuasan yang bersifat sementara dan dapat memicu masalah yang lebih besar kedepannya (Khairunnisa, 2023). Nadzir dan Ingarianti (2015) Gaya hidup hedonis dicirikan oleh individu yang mengejar kesenangan instan melalui berbagai aktivitas, seperti menghabiskan waktu luang untuk bersosialisasi, konsumtif terhadap barang-barang mewah, dan memiliki dorongan kuat untuk menjadi pusat perhatian.

Pengaruh globalisasi telah mempercepat kemunculan gaya hidup hedonis. Untuk mengikuti tren gaya hidup yang hedonis, banyak orang rela mengorbankan waktu dan uang dalam jumlah besar. Gaya hidup menunjukkan cara seseorang menggunakan waktu dan uang mereka, serta tampak dalam kegiatan, minat, dan pandangan yang mencerminkan nilai-nilai serta pilihan pribadi mereka. (Engel, Blackwell & Miniard, 1994). Selain sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dasar, gaya hidup di masyarakat modern juga berfungsi sebagai sarana untuk mencari identitas, status sosial, dan pengalaman yang menyenangkan.

Gaya hidup hedonis menekankan kehidupan untuk mencari kesenangan dan kepuasan pribadi sebagai hal yang paling penting (Kotler dan Armstrong, 2018). Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang

mengutamakan kesenangan dan kepuasan pribadi. Orang yang menganut gaya hidup ini biasanya tidak peduli dengan konsekuensi di masa depan dan berfokus pada kebahagiaan sesaat.

Informasi yang didapatkan melalui wawancara tanggal 3 April, 2024 ada 3 mahasiswa menyatakan perilaku konsumtif yang berbeda. Pada subjek A sering mengoleksi case hp, sekali beli 3 case dengan warna yang berbeda, merelakan uang jajan untuk membeli case yang diinginkan. Subjek B setiap membeli barang saya merasa sangat senang saat membeli barang-barang yang saya inginkan, meskipun kemudian menyadari bahwa barang tersebut tidak sesuai ukuran dan jarang digunakan, merasa tidak cocok memakainya ketika dicoba dirumah, barang tersebut dijual kembali lalu membeli lagi yang diinginkan. Pada subjek C mengatakan suka sekali koleksi barang-barang misalnya seperti baju, celana dan aksesoris handphone, karena subjek C kebiasaan saya membeli baju baru setiap kali ada koleksi terbaru dari berbagai merek terkenal mencerminkan gaya hidup konsumtif yang cenderung mengikuti tren. sesudah membeli itu jarang dipakai.

Hedonisme adalah gaya hidup yang menekankan pada pencarian kesenangan dan kepuasan tanpa batas. Individu yang memiliki gaya hidup hedonis, percaya kebahagiaan dan tujuan hidup manusia terletak pada pengalaman kesenangan sesaat (Nadzir & Ingarianti, 2015). Gaya hidup hedonis berfokus pada pencarian kenikmatan dan kesenangan dalam hidup. Individu dengan gaya hidup ini lebih banyak bersenang-senang di luar rumah, merasakan keramaian kota, membeli barang-barang bermerek, serta

terus-menerus berusaha menarik perhatian. Berdasarkan pendapat mahasiswa yang merupakan mahasiswa Yogyakarta berbelanja itu merupakan bentuk hiburan dan kesenangan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Meskipun mereka tidak menyadari apa keunggulan dari produk yang mereka beli dan tidak menyadari manfaat dari produk yang dibeli. Mereka bertindak dengan cara ini untuk memenuhi keinginan dari diri sendiri. Perilaku tersebut dilakukan semata-mata untuk memenuhi hasrat saja dan agar penampilan yang digunakan *trendy* serta memiliki status sosial di mata lingkungan. Gaya hidup hedonis menjadi tren yang populer di kalangan remaja masa kini. Gaya hidup ini menawarkan janji akan kehidupan yang mewah, nyaman dan penuh kesenangan tanpa perlu bekerja keras. Hal ini sejalan dengan temuan Nadzir dan Ingrianti (2015) menjelaskan terkait gaya hidup hedonis berkaitan dengan cara hidup yang memprioritaskan pencarian kesenangan serta pemuasan kebutuhan pribadi.

Mahasiswa dengan gaya hidup hedonis cenderung menghabiskan banyak waktu untuk bersenang-senang dengan teman-temannya di luar rumah. Mereka kerap mengunjungi tempat-tempat hiburan, seperti cafe, mall atau klub malam. Selain itu, mereka juga cenderung lebih memilih membeli beberapa yang tidak terlalu penting, seperti pakaian bermerek, gadget terbaru, atau aksesoris yang sedang tren. Motivasi di balik perilaku konsumtif ini seringkali didorong oleh keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial, merasa lebih percaya diri, atau sekadar mengikuti tren

yang sedang populer. Gaya hidup hedonis juga ditandai dengan orientasi yang tinggi terhadap penampilan fisik dan citra diri. Mahasiswa yang menganut gaya hidup ini cenderung sangat memperhatikan penampilan mereka dan selalu ingin terlihat menarik disekitarnya. Mereka seringkali mengikuti tren fashion terbaru dan menggunakan berbagai produk kecantikan untuk meningkatkan penampilan mereka.

Pernyataan ini sejalan dengan Khairat dan Yuliana (2018) mengatakan gaya hidup hedonis, yang mengedepankan kesenangan sesaat, sering kali dikaitkan dengan perilaku konsumtif. Individu yang menganut gaya hidup hedonis cenderung melakukan pengeluaran yang berlebihan untuk memenuhi keinginan pribadi, meskipun hal tersebut melebihi kebutuhan yang sebenarnya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, mahasiswa berada dalam masa transisi dari ketergantungan finansial pada orang tua menuju kemandirian finansial. Hal ini membuat mereka mulai memiliki kontrol atas pengeluaran mereka sendiri dan membuat keputusan pembelian. Mahasiswa rentan terpengaruh dengan perilaku konsumtif dimana kecenderungan mahasiswa untuk membeli barang dan jasa yang tidak diperlukan atau melebihi kemampuan keuangan mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti gaya hidup hedonis mahasiswa dengan gaya hidup hedonis cenderung lebih termotivasi untuk membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan. Hal ini didorong oleh keinginan mereka untuk mengikuti tren, mendapatkan pengakuan sosial, dan meningkatkan citra

diri. Oleh sebab itu, peneliti bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Yogyakarta.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Yogyakarta

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian yang berfokus pada variabel gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif ini dapat memberikan kontribusi berupa wawasan baru dalam ilmu psikologi, khususnya psikologi sosial dan psikologi konsumen.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman serta wawasan yang lebih luas lagi.

b) Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan seberapa besar pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Yogyakarta.

c) Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dapat memberikan informasi teoritis maupun empiris, khususnya bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tentang gaya hidup hedonis dan keputusan pembelian.

D. Keaslian Penelitian

Anggraini & Santhoso (2017) dengan judul Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. Modifikasi alat ukur dari perilaku konsumtif (Sumartono, 2002) dan gaya hidup hedonis (Engle, et al 1994) dari Febrianti (2006). Penelitian ini melibatkan 141 mahasiswa Fakultas “X” Universitas “Y” yang berusia 18-21 sebagai subjek penelitian.

Penelitian selanjutnya oleh Luas, Irwan dan Windrawanto (2023) penelitian dengan berjudul Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Dasar teori yang digunakan untuk variabel perilaku konsumtif Munandar, (2011) dan teori milik Ghufron & S (2012) digunakan sebagai dasar teori konsep diri. Perilaku konsumtif diukur menggunakan Hardiyati (2018) sedangkan konsep diri menggunakan Ghufron & S (2012), subjek dalam penelitian ini 62 mahasiswa Bimbingan dan Konseling angkatan 2019 di Universitas Kristen Satya Waca.

Anggraini & Fikry (2023) penelitian berjudul Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Keputusan Pembelian Produk Iphone Second Pada Mahasiswa. Gaya hidup hedonis menggunakan teori dan menyusun

alat ukur dari Engel et, al (1994). Konstruk alat ukur Keputusan Pembelian disusun berdasarkan Kotler dan Killer 2014. Subjek penelitian 132 orang mahasiswa pengguna iPhone *Second*.

Penelitian selanjutnya oleh Ulfa, Mardiyanti dan Ristanti (2022) dengan judul Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Wijaya Putra Surabaya. Penelitian ini menggunakan teori milik Russel (2014) untuk menjelaskan variabel gaya hidup hedonis dan teori milik Erianco et, al (2014) untuk menjelaskan perilaku konsumtif. Gaya hidup hedonis diukur menggunakan mengadaptasi dari penelitian Gustian (2020) dan variabel perilaku konsumtif penelitian sumartono 2022. Subjek dalam penelitian ini ada 30 mahasiswi.

Hayani (2021) dengan judul Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Smp Negeri 5. Penelitian ini menggunakan teori Mowen dan Minor (2002) untuk menjelaskan variabel perilaku konsumtif dan teori Engle et, al (2012). Gaya hidup hedonis diukur menggunakan skala gaya hidup hedonis (Engel et, al 2012) dan perilaku konsumtif menggunakan Mowen dan Minor (2002). Subjek dalam penelitian ini 153 siswa yang orang tuanya menjadi TKI.

Penelitian Azizah dan Listiara (2017) dengan judul Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tas Melalui Online Shop Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Fisip) Dan Fakultas Ilmu Budaya (Fib) Universitas Diponegoro.

Variabel konformitas diukur menggunakan skala Konformitas Baron & Byne (2005) dan perilaku konsumtif diukur menggunakan skala perilaku konsumtif berdasarkan teori Sumartono (2002). Subjek penelitian ini berjumlah 198 mahasiswa FISIP dan FIB Universitas Diponegoro.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas, penelitian yang akan dilakukan peneliti bersifat orisinal. Adapun perbedaan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu antara lain:

1. Keaslian Topik

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena menggunakan variabel yang berbeda. Penelitian ini memfokuskan pada variabel independen berupa gaya hidup hedonis dan variabel dependen berupa perilaku konsumtif, sementara penelitian sebelumnya oleh Anggraini & Fikry (2023) penelitian tersebut menggunakan variabel tergantung keputusan pembelian dan variabel bebasnya gaya hidup hedonis, melakukan penelitian pada lingkup yang sama yaitu mahasiswa, perbedaan terletak pada penggunaan variabel. Penelitian Luas, Irwan dan windrawanto (2023) menggunakan variabel dukungan konsep diri sedangkan dalam penelitian ini menggunakan gaya hidup hedonis. Penelitian Azizah dan Listiara (2017) variabel perilaku konsumtif sebagai variabel bebas, sedangkan penelitian ini perilaku konsumtif variabel tergantung.

2. Keaslian Teori

Pada penelitian ini menggunakan teori dari (Sumartono, 2002).

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk

memperoleh atau mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, sehingga mengakibatkan pemborosan dan menunjukkan adanya pola hidup manusia yang diatur dan dimotivasi oleh kebutuhan untuk memuaskan hasrat yang didahulukan daripada kenikmatan pribadi. Perilaku konsumtif digambarkan oleh Sumartono sebagai tindakan membeli komoditas tanpa kebutuhan atau alasan. membeli produk tanpa berpikir panjang atau hanya berdasarkan kebutuhan. kebutuhan yang penting saja. Membeli segala sesuatu yang membuat seseorang merasa nyaman dan senang tanpa berpikir bahwa barang tersebut diperlukan. Menikmati diri sendiri tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan. benar-benar dibutuhkan. Sedangkan pada penelitian sebelumnya Munandar (2011) perilaku konsumtif adalah bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh mahasiswa. Perilaku ini dilakukan secara berlebihan dan tidak rasional, lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan.

Nadzir dan Ingarianti (2015) Gaya hidup hedonis dapat didefinisikan sebagai gaya hidup seseorang yang mengutamakan kesenangan instan. Hal ini ditandai dengan kecenderungan untuk menghabiskan waktu luang untuk bersosialisasi, konsumtif terhadap barang-barang mewah, dan memiliki dorongan kuat untuk jadi pusat perhatian. Penelitian yang dilakukan oleh Fuad (2015) menjelaskan gaya hidup dapat diartikan sebagai cara pandang seseorang untuk mengalokasikan waktu dan uang untuk membeli berbagai produk, layanan,

teknologi dan komunikasi, fashion, hiburan dan pendidikan. Purnama (2022) hedonisme adalah kepercayaan bahwa hal yang paling penting dalam hidup adalah mencari kesenangan dan menikmati hidup secara materi.

Gaya hidup hedonis pengaruhi indikator aspek sikap konsumen terhadap konsumsi. *Style* hidup seseorang merupakan indikasi dari orang-orang yang berinteraksi dengan lingkungannya, orang yang semulanya hemat jadi pemboros sehabis berteman dengan orang-orang pemboros. Menurut Praja & Damayantie (2013) gaya hidup hedonis merujuk pada cara hidup yang fokus pada mencari kesenangan yang instan dan memprioritaskan pemenuhan keinginan pribadi. Ciri-cirinya antara lain sering menghabiskan waktu untuk bersosialisasi, berbelanja barang-barang mewah, dan mencari sensasi baru.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian baru dan penelitian murni yang dilakukan oleh peneliti, harapannya penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan data serta hasil yang berkaitan dengan penelitian ini

3. Keaslian Alat Ukur

Alat ukur keputusan pembelian menggunakan skala perilaku konsumtif yang dimodifikasi berdasarkan aspek (Sumartono, 2002) skala yang digunakan disesuaikan untuk mahasiswa. Sedangkan alat ukur gaya hidup hedonis menggunakan skala gaya hidup hedonis dimodifikasi berdasarkan aspek (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994).

4. Keaslian Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan mahasiswa dari Daerah Istimewa Yogyakarta dengan rentan usia antara 18 hingga 22 tahun. Penelitian ini dianggap asli karena subjek yang diteliti adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA