

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan teoritis**

##### **2.1.1. Gaya hidup**

###### **2.1.1.1. Pengertian gaya hidup**

Gaya hidup (*Lifestyle*) menampilkan seluruh aspek yang ada dalam diri individu saat melakukan interaksi dengan lingkungan sekitar. Gaya hidup dapat dijadikan sebagai identitas suatu kelompok. Gaya hidup setiap kelompok akan mempunyai ciri khas tersendiri, jika dalam kelompok mengalami perubahan gaya hidup maka perubahan tersebut akan membawa dampak kepada berbagai aspek. Semakin hari gaya hidup seseorang akan mengalami perubahan, karena adanya perkembangan zaman maka gaya hidup seseorang juga akan mengalami perkembangan. Gaya hidup dapat diartikan sesuai dengan para keilmuan pada masing masing bidangnya.

Menurut kotler (2016) gaya hidup dapat diartikan sebagai pola hidup pada setiap individu yang dapat dilihat dari aktivitas, opini dan minat. Sama halnya dengan pengertian gaya hidup menurut Assael (2010), gaya hidup memiliki pengertian sebagai suatu gaya hidup yang dikenal bagaimana cara seseorang tersebut menghabiskan waktu (aktivitas), apa saja yang seseorang pertimbangkan dalam lingkungan (minat), dan apa saja yang seseorang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar mereka. Gaya hidup juga dapat diartikan sebagai sebuah karakteristik pada seseorang secara tak kasat

mata, yang dapat ditandai dengan sistem nilai, serta sikap yang ada pada diri sendiri dan sikap yang ada pada lingkungan sekitarnya.

Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan oleh beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa secara garis besar gaya hidup lebih mengarah pada bagaimana seseorang dapat memanfaatkan waktunya dan menggunakan uang yang dimilikinya. Seiring perkembangan zaman gaya hidup seseorang dapat berubah, akan tetapi perubahan yang ditimbulkan bukan karena kebutuhan melainkan karena keinginan. Perubahan gaya hidup dapat terjadi karena adanya pengaruh dari lingkungan yang ada di sekitarnya.

#### **2.1.1.2. Indikator gaya hidup**

Menurut Sunarto dalam Silvy (2009;93) indikator gaya hidup diantaranya :

1. *Aktivites* (kegiatan) merupakan apa saja yang dikerjakan oleh individu, produk apa saja yang digunakan, dan kegiatan apa saja yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
2. *Interest* (minat) berisi minat, kesukaan, prioritas dan kegemaran dalam hidup setiap individu.
3. *Opinion* (opini) merupakan pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal ekonomi, dan sosial. Opini digunakan sebagai mendeskripsikan penafsiran, evaluasi dan harapan, seperti kepercayaan tentang maksud orang lain, mengantisipasi peristiwa yang akan datang dan penimbangan konsekuensi yang memberikan hukuman dari tindakan alternatif.

### 2.1.1.3. Macam macam gaya hidup

Menurut Mowen dan Minor (2012), gaya hidup dibagi menjadi sembilan macam yaitu :

- a. *Functionalist* yaitu menghabiskan uang untuk melakukan suatu hal yang penting.
- b. *Nurturers* yaitu muda berpendapatan rendah. Mereka lebih fokus membesarkan anak, lalu membangun rumah tangga dan nilai nilai keluarga.
- c. *Aspirers* yaitu berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan cara membelanjakan sejumlah uang diatas rata rata untuk barang berstatus, khususnya tempat tinggal.
- d. *Experientials* yaitu membelanjakan barang dengan jumlah diatas rata rata terhadap barang hiburan, sesuai dengan hobi dan hanya sebagai kesenangan (convenience).
- e. *Succeeders* yaitu rumah tangga yang mapan. Mereka lebih menghabiskan uang diatas rata rata untuk hal hal yang berhubungan dengan pekerjaan yang dilakukan.
- f. *Moral majority* yaitu melakukan pengeluaran yang besar untuk keperluan organisasi pendidikan, masalah gereja dan politik.
- g. *The golden years* yaitu kebanyakan adalah para pensiunan. Mereka cenderung melakukan pengeluaran yang besar pada produk hiburan dan modal.
- h. *Sustainers* yaitu kelompok dewasa dan tertua. Tingkat pendapatan dilakukan untuk kebutuhan sehari hari dan alkohol.

- i. *Subsiders* yaitu tingkat sosial pada ekonomi rendah. Kebanyakan merupakan keluarga dengan pencari nafkah dan para orang tua tunggal yang jumlahnya berada di atas rata-rata kelompok minoritas.

#### **2.1.1.4. Faktor yang mempengaruhi gaya hidup**

Menurut Armstrong (2014) gaya hidup dapat dilihat melalui perilaku yang dilakukan oleh setiap individu dalam melakukan berbagai kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang dan jasa. Lebih lanjut Armstrong (2014) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

##### **a. Faktor internal yang dijelaskan oleh Armstrong (2014) sebagai berikut :**

###### **1. Sikap**

Sikap dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan pikiran dan keadaan jiwa yang telah dipersiapkan agar dapat memberi tanggapan terhadap objek yang diorganisasikan melalui pengalaman dan mempengaruhi pada perilaku individu. Keadaan jiwa tersebut dipengaruhi oleh kebiasaan, tradisi, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

###### **2. Pengalaman dan pengamatan**

Pengalaman dipengaruhi oleh pengamatan sosial dalam tingkah laku individu, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakan di masa lalu dan mempelajarinya, dengan belajar dari seseorang maka

akan memperoleh suatu pengalaman. Hasil dari pengalaman tersebut dapat membentuk suatu pandangan terhadap suatu objek.

### **3. Kepribadian**

Kepribadian merupakan karakteristik individu dan cara berperilaku yang dapat menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

### **4. Konsep diri**

Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang dapat menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan yang ada dalam kehidupannya.

### **5. Motif**

Perilaku individu akan muncul karena adanya motif dari sebuah kebutuhan agar merasa aman. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan itu besar maka dapat membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah pada gaya hidup hedonis.

### **6. Persepsi**

Persepsi adalah proses seseorang dalam memilih, mengatur, dan menginterpretasikan sebuah informasi untuk membentuk gambaran mengenai dunia.

## **b. Faktor eksternal yang dijelaskan oleh Amstrong (2014) sebagai berikut :**

### **1. Kelompok referensi**

Kelompok referensi merupakan kelompok yang dapat memberi pengaruh langsung ataupun tidak

langsung kepada sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberi pengaruh langsung adalah kelompok dimana didalamnya terdapat individu yang saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tersebut tidak menjadi anggota dalam kelompok tersebut. Pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada gaya hidup dan perilaku tertentu.

## **2. Keluarga**

Pola asuh orang tua dapat membentuk kebiasaan anak yang dapat mempengaruhi pola hidupnya. Keluarga merupakan pemegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu.

## **3. Kelas sosial**

Kelas sosial merupakan sebuah kelompok yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, kelas sosial terdiri dari 16 urutan jenjang dan para anggotanya dalam setiap jenjang memiliki nilai, minat dan tingkah laku yang sama.

### **2.1.2. Kontrol diri**

#### **2.1.2.1. Pengertian kontrol diri**

Hurlock (2012) menyatakan bahwa kontrol diri berkaitan dengan bagaimana cara individu mengendalikan emosi beserta dorongan dorongan dari dalam diri mereka. Menurut konsep ilmiah, pengendalian memiliki arti

mengarahkan energi emosi pada saluran ekspresi yang bermanfaat dan dapat diterima secara sosial. konsep ilmiah tersebut menitikberatkan kepada pengendalian akan tetapi berbeda dengan penekanan. Selain itu, menurut Suyasa dan Fransisca kontrol diri adalah kemampuan individu untuk menahan sebuah keinginan yang bertentangan dengan tingkah laku yang tidak sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Kemampuan individu untuk menahan sebuah keinginan yang tidak sesuai dengan norma sosial tersebut diharapkan menghasilkan dampak positif dan dapat dengan sejalan dengan norma yang berlaku.

Kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca sebuah situasi diri dan lingkungannya. Selain itu, menurut Ghufron dan Rismawati (2011) kontrol diri dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengontrol dan mengolah berbagai faktor perilaku yang sesuai dengan situasi dan kondisi guna menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi, kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kemampuan untuk menarik perhatian, keinginan untuk merubah perilaku agar sesuai dengan orang lain dan menutupi perasaannya.

Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai kontrol diri dari beberapa keilmuan diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu kemampuan yang ada dalam diri individu dalam mengontrol, mengendalikan, dan mengatur perilaku yang akan dilakukan agar sesuai dengan lingkungan dan norma sosial yang berlaku, serta kontrol diri dapat membantu individu dalam menentukan sebuah keputusan

dengan melakukan beberapa pertimbangan melalui pemrosesan informasi.

### **2.1.2.2. Aspek aspek kontrol diri**

Averill dalam Sarafino & Smith (2011) aspek aspek yang terdapat dalam kontrol diri diantaranya :

#### **a. Kemampuan mengontrol perilaku**

Dalam hal ini mengontrol perilaku memiliki peran yang sangat penting, apabila perilaku seseorang tidak dapat terkontrol maka akan menimbulkan perilaku menyimpang, meskipun tiap individu mempunyai kemampuan berbeda dalam mengontrol perilakunya.

#### **b. Kemampuan mengontrol stimulus**

Kemampuan ini menjadi salah satu aspek dari kontrol diri dikarenakan dalam kehidupan setiap individu terdapat berbagai macam stimulus yang diterima. Dari berbagai stimulus tersebut maka tiap individu harus memiliki kemampuan untuk dapat mengontrol stimulus tersebut, yaitu dengan memilah stimulus yang mana harus diterima dan mana stimulus yang harus ditolak.

#### **c. Kemampuan mengantisipasi peristiwa**

Setiap individu harus memiliki kemampuan dalam mengantisipasi masalah agar masalah tersebut tidak menjadi rumit dan semakin besar.

#### **d. Kemampuan menafsirkan peristiwa**

Individu harus dapat menafsirkan peristiwa yang ada dalam hidupnya, sehingga individu dapat dengan mudah



menjalani peristiwa tersebut dan dapat memikirkan langkah yang akan dilakukan selanjutnya.

**e. Kemampuan mengambil keputusan**

Setiap individu harus memiliki kemampuan mengambil sebuah keputusan dengan baik, jika keputusan dapat diputuskan dengan baik maka akan membawa dampak positif bagi diri sendiri maupun orang lain dan juga tidak merugikan orang lain maupun diri sendiri.

Dari beberapa aspek diatas dapat disimpulkan bahwa apabila individu memiliki kemampuan yang terdapat dalam beberapa aspek diatas maka individu tersebut akan dapat mengontrol dirinya sendiri dengan sebaik mungkin dan dapat terhindar masalah yang dapat merugikan dirinya sendiri maupun orang lain.

### **2.1.2.3. Faktor faktor kontrol diri**

Menurut Ghufron, Nur & Risnawati (2010) secara garis besar menyatakan bahwa kontrol diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

**a. Faktor internal**

Faktor internal yang ikut andil dalam kontrol diri adalah usia. Semakin bertambahnya usia seseorang maka semakin baik juga kemampuan kontrol diri yang ia miliki.

**b. Faktor eksternal**

Faktor eksternal yang terdapat dalam kontrol diri adalah lingkungan keluarga. Orang tua

dapat menentukan bagaimana seseorang mampu mengontrol dirinya. Jika orang tua menerapkan disiplin kepada anaknya sejak dini dan orang tua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang akan diperoleh jika mereka menyimpang dari ketentuan tersebut, maka hal tersebut akan menjadi kontrol diri baginya.

### **2.1.3. Marketplace**

#### **2.1.3.1. Pengertian *marketplace***

*Marketplace* merupakan media *online* yang berbasis internet (*web based*) yang menjadi tempat kegiatan berbisnis dan transaksi antara penjual dan pembeli. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin sesuai dengan kriteria yang diinginkan, sehingga pembeli dapat memperoleh harga pasar. Sedangkan bagi para penjual/supplier dapat mengetahui perusahaan mana yang membutuhkan jasa/produk mereka (Opiida, 2014). *Marketplace* merupakan model bisnis baru yang sedang berkembang dengan pesat seiring dengan perkembangan teknologi.

Dengan adanya *marketplace* setiap orang dapat melakukan aktivitas jual beli secara mudah, murah dan cepat karena tidak ada batas jarak, ruang dan waktu. Indikator dari *marketplace* dapat ditentukan oleh kemampuan *Marketplace* saat memfasilitasi transaksi, mempertemukan pembeli dan penjual serta dapat menyediakan infrastruktur. Sedangkan indikator efisiensi berkaitan dengan ringkasnya biaya dan waktu yang diberikan oleh *marketplace*. Pasar konvensional

merupakan pasar fisik yang menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung maka *marketplace* diperlukan untuk menyediakan sarana *virtual* sebagai sarana melakukan transaksi secara mudah.

### **2.1.3.2. Jenis jenis *marketplace***

*Marketplace* terdiri dari dua jenis yaitu *marketplace* murni dan *marketplace* konsiyasi. Berikut penjelasan dari *marketplace* tersebut :

#### **a. *Marketplace* murni**

Sistem kerjasama yang dilakukan dalam *marketplace* murni terjadi saat *marketplace* tersebut menyediakan lapak untuk penjualan dan lengkap dengan fasilitas pembayarannya. Setiap penjual wajib menyediakan deskripsi dan foto produknya sendiri. Selain itu, penjual juga menerima penawaran yang ditawarkan oleh pembeli. Jika kedua belah pihak sudah menemukan harga yang cocok, maka pembeli bisa mengirimkan uang sebanyak jumlah yang telah disepakati dengan penjual.

Beberapa contoh *marketplace* yang dikenal dengan kerjasamanya antara lain shopee, blibli, elevenia, tokopedia, lazada, dan jd.id.

#### **b. *Marketplace* konsiyasi**

Sistem kerjasama yang dilakukan lebih mengarah pada penitipan barang. Jika penjual melakukan kerjasama dengan pihak *marketplace*

maka penjual hanya perlu menyediakan produk dan detail informasinya produknya ke pihak *marketplace* saja. Jenis kerjasama ini tidak bisa melakukan penawaran karena seluruh harga barang sudah diatur oleh penjual dan disetujui oleh situs *marketplace*.

Beberapa contoh *marketplace* yang dikenalkan dengan kerjasama konsiyasinya adalah zalora dan berrybenka.

### **2.1.3.3. Beberapa contoh *marketplace***

- |              |           |
|--------------|-----------|
| a. Tokopedia | f. Tiki   |
| b. Bukalapak | g. Sendo  |
| c. Shopee    | h. Zalora |
| d. Blibli    | i. Qoo10  |
| e. Lazada    | j. Amazon |

### **2.1.4. Kaitan kontrol diri dan gaya hidup mahasiswa terhadap penggunaan *marketplace***

Dalam fenomena ini mahasiswa menjadi target sasaran bagi para industri. Hal ini dikarenakan karakteristik mereka yang memiliki sifat labil, spesifik dan mudah dipengaruhi. Sehingga mahasiswa selalu dikaitkan dengan pembelian *online* karena banyaknya barang murah, iklan yang dapat menarik minat berbelanja, dan mahasiswa mulai memasuki periode baru dalam penyesuaian dirinya dan lebih memperhatikan penampilannya. Sebagian mahasiswa akan merasa senang jika dinilai fashionable dan mengikuti trend yang ada.

Dengan banyaknya kemudahan yang dihasilkan oleh *marketplace* dan diiringi dengan perkembangan gaya hidup yang

semakin modern membuat mahasiswa lebih sering melakukan transaksi belanja melalui *marketplace*. Dengan adanya peristiwa ini maka kontrol diri merupakan poin penting yang perlu dikembangkan dalam setiap diri individu guna mengontrol perilaku individu dalam pengambilan keputusan. Kontrol diri dapat membantu individu mengendalikan perilaku saat akan mengambil sebuah keputusan, dengan adanya kontrol diri maka keputusan pembelian akan melalui pertimbangan terhadap barang yang akan dibelinya. Apalagi pada masa sekarang ini perilaku mengonsumsi suatu barang bukan lagi didasarkan kepada kebutuhan saja akan tetapi didasarkan pada memenuhi keinginan atau biasa disebut dengan perilaku konsumtif. Remaja yang tidak mampu mengontrol gaya hidupnya dan cenderung memikirkan kesenangan sesaat serta tidak bisa membedakan antara keinginan semata dan kebutuhan akan tergolong dalam perilaku konsumtif.



## PENELITIAN TERDAHULU

No.	Nama penelitian, Judul, dan Tahun Penelitian	Tujuan penelitian	Variabel yang digunakan	Metode analisis	Hasil penelitian
1	Nurjanah (2019) dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.	Literasi ekonomi, self control, perilaku konsumtif	Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey dan pendekatan korelasional	Terdapat pengaruh negatif antara literasi ekonomi dan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang artinya bahwa semakin rendah tingkat pemahaman pada literasi ekonomi maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Akan tetapi terdapat pengaruh positif antara kontrol diri karena mendapatkan hasil yang cukup besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif akan rendah apabila seseorang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi.

2	Noor fatmawati (2020) (Gaya hidup mahasiswa akibat adanya online shop)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa IAIN Kudus akibat adanya online shop dan menganalisis faktor-faktor yang melatarbelakngi mahasiswa melakukan pembelian melalui online shop.	Gaya hidup, online shop, konsumtif	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	Online shop telah merubah juga gaya hidup mahasiswa, yang terlihat dari perilaku konsumtif. Gaya hidup konsumtif pada mahasiswa segi penampilan serta cara bergaulnya. Adapun faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa melakukan pembelian melalui online shop adalah karena efisiensi waktu, akses yang mendukung dalam pembelian barang melalui online shop, serta sebagai pemenuhan kebutuhan, baik pemenuhan barang maupun pemenuhan kepuasan.
3	Riza Noviana Khoirunnisa	Tujuan penelitian ini	Kontrol diri, Perilaku	Teknik penentuan	Hasil



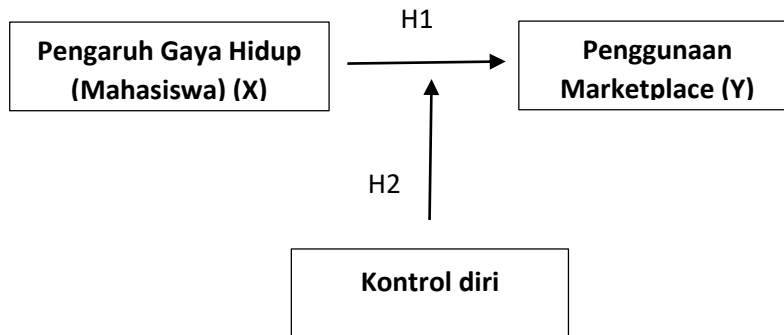
	(2020) (HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE)	dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna E-commerce Shopee.	konsumtif, E commerce shopee	sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling	yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce Shopee, hal ini diketahui berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,00 ( $p < 0,01$ ). Selain itu, diketahui pula nilai koefisien korelasi sebesar -0.633 dengan artian bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk kuat dan negatif. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan.
4	Hergia Syi Vadila Sudarisman	Penelitian	Kontrol diri, perilaku	Penelitian ini menggunakan	hasil

	<p>(2019) (Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi)</p>	<p>ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui online shop pada mahasiswi.</p>	<p>konsumtif, online shop, mahasiswi</p>	<p>pendekatan kuantitatif.</p>	<p>uji korelasi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui online shop menunjukkan adanya hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui online shop pada mahasiswi FIP UNY angkatan 2016 yaitu dengan besar <math>r = -0.861</math> dan <math>p &lt; 0.05</math>. Artinya bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif melalui online shop dan berlaku</p>
--	---	--	--	--------------------------------	---

					<p>sebaliknya. Sumbangan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif melalui online shop berdasarkan rumus <math>r^2 \times 100\%</math> yaitu diperoleh hasil sebesar 74 % terhadap perilaku konsumtif melalui online shop, sisanya sebesar 26% merupakan pengaruh dari faktor lain.</p>
5	Lailan khairina Ansyaf (2019) (FENOMENA ONLINE SHOPPING	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan bagaimana gaya	Gaya Hidup Mahasiswa, Faktor internal, dan Faktor eksternal.	Pendekatan penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yaitu kemudahan akses internet, kemudahan untuk membeli yang dibutuhkan, kebutuhan, kepraktisan

	(Studi Gaya Hidup Konsumen Online Shopping pada Mahasiswa di Kota Medan))	hidup mahasiswa di Kota Medan dalam berbelanja secara online.		yang merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan didukung dengan data primer berupa wawancara	bagi informan serta faktor eksternal meliputi testimony, promo, dan kelompok referensi secara langsung mempengaruhi Gaya Hidup Konsumen Online Shopping pada Mahasiswa khususnya Mahasiswa di Kota Medan.
--	---	---	--	--	---

## 1.1. Model konseptual penelitian



Berdasarkan model diatas maka hipotesis yang ingin dibuktikan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Gaya hidup mahasiswa berpengaruh terhadap penggunaan marketplace

H2 : Kontrol diri berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa dalam penggunaan marketplace

## 2.4. Pengembangan hipotesis

### 2.4.1. Gaya hidup mahasiswa berpengaruh terhadap penggunaan marketplace.

Gaya hidup dapat diartikan sebagai cara seseorang untuk menghabiskan waktu (aktivitas) yang telah mereka anggap penting dalam lingkungan sekitar mereka dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan lingkungan sekitar mereka. Pada setiap aktivitas yang dilakukan oleh seorang individu, berbelanja melalui marketplace menjadi perbincangan di kalangan mahasiswa. Mereka cenderung lebih tertarik belanja melalui marketplace dikarenakan harga yang disediakan pada marketplace lebih murah dibandingkan dengan mall dan toko toko lain, lebih hemat waktu, biaya maupun tenaga serta kualitas yang didapat juga sesuai dengan apa yang mereka lihat karena dalam marketplace telah disediakan fitur penilaian pelanggan dan dalam penilaian pelanggan tersebut banyak berisi pelanggan jujur tentang barang yang telah mereka beli. Perubahan gaya hidup dan kemudahan yang disediakan oleh beberapa marketplace dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara online.

#### **2.4.2. Kontrol diri berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa dalam penggunaan marketplace.**

Menurut Assael (2010), gaya hidup memiliki pengertian bagaimana cara seseorang menghabiskan waktu (aktivitas), apa saja yang dipertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa saja yang dipikirkan tentang diri sendiri serta dunia di sekitar. Perkembangan zaman membuat gaya hidup juga berkembang seiring berjalannya waktu. Apabila gaya hidup terus berkembang tanpa diiringi dengan adanya kontrol diri maka akan membuat mahasiswa lebih sering melakukan aktivitas berbelanja dan menimbulkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Menurut Hurlock (2012) menyatakan bahwa kontrol diri berkaitan dengan bagaimana cara individu mengendalikan emosi beserta dorongan yang ada dalam diri mereka.

Selain gaya hidup dan kontrol diri, teknologi juga ikut berkembang mengikuti perkembangan zaman. Segala sesuatu menjadi dipermudah salah satunya adalah dalam hal berbelanja, kini berbelanja lebih mudah dilakukan melalui marketplace. Apalagi didukung dengan adanya pandemi *Covid 19* yang mengharuskan mahasiswa belajar secara online dan peraturan psbb juga mengharuskan mahasiswa melakukan kegiatan dari rumah. Jadi para mahasiswa menjadi lebih aktif menjalankan sosial media dan secara tidak langsung akan menemui iklan yang dapat menarik minat belanja. Dengan adanya fenomena tersebut maka gaya hidup dan kontrol diri harus saling dikaitkan dalam melakukan pembelian melalui marketplace. Agar mahasiswa bisa lebih mengontrol dirinya saat akan melakukan kegiatan berbelanja.