



Hubungan *Cognitive Dissonance* Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Fitria Wahyu Utami¹, Ajat Sudrajat², Riska Mayasta Putri³, Nadila Puspitawati⁴

^{1,2,3,4}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Received: 26 Desember 2025
Revised: 31 Desember 2025
Accepted: 02 Januari 2026

This study is intended to determine the effect of the relationship between Cognitive Dissonance and Consumptive Behavior in College Students.

There is no significant influence between Cognitive Dissonance and Consumptive Behavior. H1 : There is a significant influence between Cognitive Dissonance and Consumptive Behavior. The population of the study were all students at Singaperbangsa University in Karawang. The number of samples in this study were 100 respondents with the sampling method used was a non-probability method with purposive sampling technique with certain considerations. Then hypothesis testing was carried out to determine the relationship between variables with the results of the Cognitive Dissonance Variable obtained a statistical t value of $3.097 > 1.96$ or p values of $0.002 < 0.05$, it was concluded that H1 was accepted, Cognitive Dissonance had a significant effect on Consumptive Behavior

Kata Kunci: *Cognitive Dissonance, Perilaku Konsumtif*

(*) Corresponding Author:

2110631020085@student.unsika.ac.id

How to Cite: Utami, F., Sudrajat, A., Putri, R., & Puspitawati, N. (2026). The Relationship Between Cognitive Dissonance and Consumptive Behavior Among College Students. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(1.B), 251-257. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12302>.

INTRODUCTION

Ketika membahas tentang mahasiswa, tentu tidak dapat dilepaskan dari pola hidup atau rutinitas sehari-hari yang mereka jalani. Istilah gaya hidup kini cukup dikenal luas di tengah masyarakat. Seiring berjalannya waktu, gaya hidup mengalami perubahan dan perkembangan. Pada masa lalu, orang-orang tidak terlalu fokus pada penampilan atau gaya hidup. Akan tetapi, kondisi sekarang sudah berbeda karena gaya hidup mulai menjadi sesuatu yang penting dan diperhatikan oleh banyak kalangan.

Setiap orang cenderung mengikuti tren dan pola hidup tertentu. Gaya hidup mencerminkan pola kehidupan seseorang yang terlihat dari bagaimana mereka menjalani aktivitas sehari-hari, hal-hal yang mereka anggap penting di sekitarnya, serta pandangan atau pendapat mereka terhadap diri sendiri dan lingkungan sosial. Setiap kelompok masyarakat memiliki gaya hidup yang tidak selalu sama dengan kelompok lainnya, dan pola hidup tersebut dapat berubah-ubah seiring berjalannya waktu secara dinamis (Wahyuningsih et al., 2023). Gaya hidup bukanlah sesuatu yang statis, hal itu dapat berubah seiring waktu sebagai respons terhadap perubahan dalam nilai-nilai personal, pengalaman hidup, atau faktor eksternal seperti tren budaya atau perubahan dalam lingkungan sosial atau ekonomi.

Gaya hidup dapat menjadi cara bagi individu untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, dan memperkuat ikatan sosial dengan individu atau kelompok lainnya. Namun, gaya hidup juga dapat mempengaruhi kesehatan fisik dan mental seseorang jika tidak dikelola dengan bijak.

Tindakan konsumen tidak hanya terbatas pada saat membeli saja, namun juga melibatkan respon setelah pembelian. Dalam beberapa kasus, konsumen mengalami ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan atas produk yang dibeli, yang kemudian dapat menimbulkan rasa

ragu atau kebingungan dalam pikirannya. Menurut (Drozdova et al., 2022) Disonansi kognitif melibatkan ketidaknyamanan akibat ketidakkonsistenan antara keyakinan dan tindakan, yang mengarah pada pencarian harmoni dengan menyesuaikan keyakinan atau perilaku untuk meringankan tekanan psikologis tersebut. Hal ini dapat terjadi ketika seseorang melakukan atau mengalami sesuatu yang tidak sejalan atau bertentangan dengan apa yang mereka yakini. Ketidaksesuaian antara dua elemen dalam pikiran seseorang dikenal sebagai disonansi kognitif (Rionald, 2015). *Cognitive Dissonance* dapat diartikan sebagai kondisi di mana individu merasakan ketidaknyamanan psikologis akibat adanya konflik antara pikiran, keyakinan, atau tindakan yang bertentangan. Hal itu menciptakan perasaan tidak nyaman yang akan memicu sebuah upaya untuk mengurangi ketidakcocokan tersebut. Ini dapat berdampak pada pengambilan keputusan, emosi, dan persepsi individu. Contohnya, ketika seseorang membelanjakan uang lebih dari yang seharusnya meskipun mereka mengetahui bahwa mereka seharusnya menabung untuk masa depan. Disonansi kognitif merupakan fenomena yang signifikan dalam psikologi karena dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan seseorang, termasuk perilaku konsumtif, sikap terhadap orang lain, dan pengambilan keputusan.

Perilaku konsumtif adalah keinginan yang tidak terkendali untuk menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa (Pamungkas & Firmialy, 2023). Perilaku konsumtif merupakan suatu kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau menggunakan jasa secara berlebihan, sering kali tanpa mempertimbangkan apakah hal tersebut benar-benar dibutuhkan atau sejalan dengan kondisi keuangan mereka. Perilaku konsumtif, menurut definisi yang diberikan definisi yang diberikan oleh para ahli, adalah suatu aktivitas individu dalam membeli barang atau memanfaatkan jasa bukan hanya karena kebutuhan tetapi juga karena adanya keinginan untuk melakukan pembelian secara terus menerus.

Sebaliknya, konsumen seringkali membeli dan menggunakan suatu produk bukan karena kebutuhan utama, melainkan demi kesenangan pribadi atau sekadar ikut-ikutan tren. Tindakan ini juga bisa dipicu oleh dorongan untuk terlihat bergengsi atau alasan lain yang sebenarnya tidak terlalu esensial. Perilaku ini, baik disadari maupun tidak disadari, secara langsung maupun tidak langsung, menyebabkan perilaku hedonis (Kuswanti et al., 2024). Hal ini sering kali didorong oleh faktor emosional, sosial, dan psikologis. Tindakan ini tercermin dari kebiasaan menggunakan produk secara tidak maksimal atau melakukan pembelian hanya karena tergiur hadiah maupun tren yang sedang populer (Barokah et al., 2023).

Hal ini menimbulkan pengembangan hipotesis sebagai berikut.

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Cognitive Dissonance* dengan Perilaku Konsumtif.

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Cognitive Dissonance* dengan Perilaku Konsumtif.

METHODS

Studi ini mengangkat topik mengenai hubungan antara *Cognitive Dissonance* (CD) dan Perilaku Konsumtif (PK). Sumber data utama diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh mahasiswa yang menjadi responden, berkaitan dengan persepsi mereka terhadap keterkaitan kedua variabel tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Universitas Singaperbangsa Karawang. Jumlah sampel sebanyak 100 orang, ditentukan melalui teknik purposive sampling yang termasuk dalam kategori non-probability sampling, berdasarkan

pertimbangan khusus. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEMPLS) dengan bantuan software SMARTPLS4. Proses ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh CD terhadap PK sekaligus menguji hipotesis yang telah disusun.

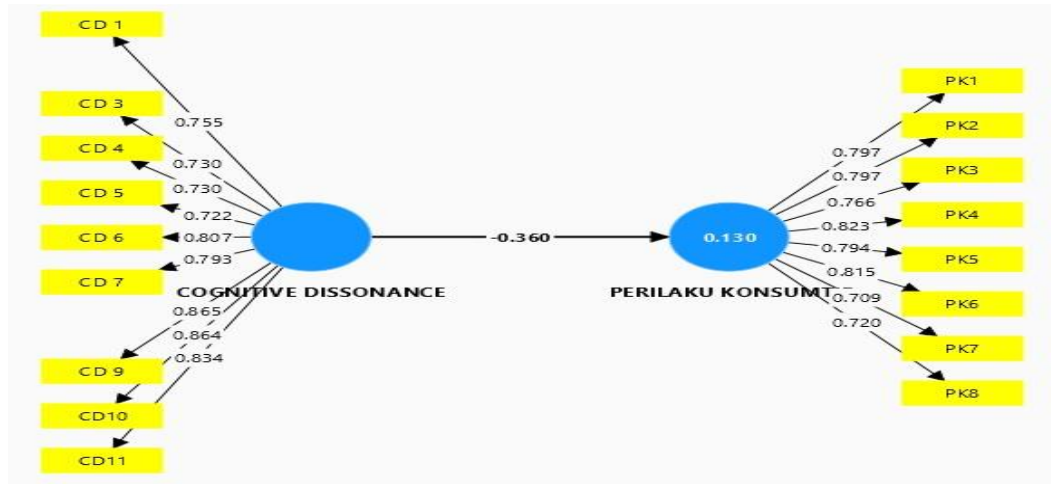


Figure 1. PLS SEM Algorithm

RESULTS & DISCUSSION

Results

Sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden dalam studi ini berjenis kelamin wanita, yakni sebesar 70% dari keseluruhan partisipan. Penghasilan responden sebanyak 79% masih berasal dari orang tua dengan intensitas membeli produk fashion sebanyak 1 hingga 3 kali dalam satu bulan. Penelitian ini menggunakan data yang telah lolos uji kelayakan instrumen, termasuk uji validitas dan reliabilitas, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Uji Validitas

	COGNITIVE DISSONANCE	PERILAKU KONSUMTIF
CD1	0.755	
CD3	0.730	
CD4	0.730	
CD5	0.722	
CD6	0.807	
CD7	0.793	
CD9	0.865	
CD10	0.864	
CD11	0.834	
PK1		0.797
PK2		0.797
PK3		0.766
PK4		0.823

PK5		0.794
PK6		0.815
PK7		0.709
PK8		0.720

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua indikator memiliki *loading factor* lebih dari 0,70, yang berarti tiap item berkorelasi tinggi dengan variabel laten yang dimaksud. Angka tersebut mengindikasikan bahwa indikator mampu menjelaskan variabilitas konstruk secara signifikan, sehingga validitas konvergen dari instrumen ini dapat dipastikan. Dengan demikian, semua item dalam kuesioner penelitian layak digunakan karena telah memenuhi standar validitas konvergen.

Tabel 2. Uji Realibilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
CD	0.925	0.925	0.937	0.625
PK	0.910	0.931	0.925	0.606

Instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi kriteria reliabilitas yang baik. Dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability seluruh variabel yang lebih dari 0,70. Dengan demikian, semua variabel dalam penelitian dapat dikatakan reliabel karena telah terbukti mampu memberikan hasil yang stabil dan konsisten. Reliabilitas yang baik ini penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh valid untuk dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

	R - square	R -square adjusted
PK	0.130	0.121

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R-square pada variabel Perilaku Konsumtif adalah 0,130. Artinya, hanya 13% dari perubahan perilaku konsumtif yang dapat diterangkan oleh variabel *Cognitive Dissonance*. Sisanya, yakni sebesar 87%, disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, sehingga peran *Cognitive Dissonance* dapat dikategorikan sebagai rendah dalam memengaruhi Perilaku Konsumtif.

Tabel 4. Size Effect

	COGNITIVE DISSONANCE	PERILAKU KONSUMTIF
CD		0.149

Pengaruh Cognitive Dissonance (CD) terhadap Perilaku Konsumtif (PK) sebesar 0.149 dianggap lemah . Artinya, disonansi kognitif mendorong individu menjadi lebih konsumtif, namun pengaruhnya tidak dominan.

Tabel 5. Uji Hipotesis

	T statistics (/STDEV)	P values
CD -> PK	3.097	0.002

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa Cognitive Dissonance (CD) memiliki t-hitung sebesar 3.097, melebihi nilai t-tabel sebesar 1.96 pada taraf signifikansi 5%. Selain itu, nilai p-value yang tercatat adalah 0.002, yang jauh lebih rendah dari nilai ambang 0.05. Temuan ini memberikan dasar kuat untuk menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif. Dengan kata lain, terdapat pengaruh signifikan antara *Cognitive Dissonance* (CD) terhadap Perilaku Konsumtif (PK).

Discussion

Cognitive dissonance dapat dirasakan setelah seseorang berkomitmen pada dirinya sendiri dalam melakukan tindakan yang tidak konsisten dengan perilaku dan kepercayaan mereka yang lainnya (Sugiarto, 2016). Dalam konteks mahasiswa, disonansi ini sering terjadi ketika mereka melakukan pembelian atau konsumsi yang tidak sesuai dengan nilai atau kondisi mereka sendiri, seperti membeli barang mahal demi gengsi meskipun sedang mengalami keterbatasan finansial.

Perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan untuk membeli secara berlebihan tanpa pertimbangan kebutuhan nyata. Mahasiswa yang memiliki kebiasaan belanja berlebihan cenderung menghabiskan lebih banyak uang daripada yang mereka terima dari orang tua setiap bulan (Azizah & Aryanti, 2023). Dalam tahap pencarian jati diri, mahasiswa yang termasuk usia muda sering kali menjadi sasaran mudah bagi pengaruh sosial dari lingkungan, terutama dari media sosial yang menyebarkan berbagai tren dan tekanan gaya hidup.

Setelah melakukan pembelian konsumtif, mereka bisa merasakan rasa bersalah, penyesalan, atau konflik batin karena tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip ekonomi pribadi atau kesadaran akan pentingnya menabung. Untuk meredakan ketidaknyamanan ini, mahasiswa sering melakukan justifikasi atau rasionalisasi, misalnya dengan meyakinkan diri bahwa pembelian tersebut penting atau sepadan. Namun, jika hal ini terus berulang, mereka dapat masuk ke dalam siklus konsumtif yang semakin merugikan, baik secara emosional, finansial, maupun akademik.

Disonansi kognitif yang tidak dikelola dengan baik dapat memicu

stres, kecemasan, serta mengganggu fokus dan kesehatan mental mahasiswa. Oleh sebab itu, penting bagi mahasiswa untuk menyadari dampak disonansi kognitif terhadap kebiasaan konsumsi mereka agar dapat menentukan pilihan dengan lebih rasional dan membentuk kebiasaan hidup yang lebih seimbang.

CONCLUSION

Hubungan antara *Cognitive Dissonance* (CD) dengan *Perilaku Konsumtif* (PK) pada mahasiswa menunjukkan pengaruh yang signifikan berdasarkan hasil analisis data. Hal ini dapat dibuktikan melalui uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian. Dalam uji tersebut, variabel *Cognitive Dissonance* memperoleh nilai t statistik sebesar 3.097. Nilai ini lebih besar dari nilai kritis t pada taraf signifikansi 5% (1.96), yang menunjukkan bahwa secara statistik, pengaruh CD terhadap PK tidak terjadi secara kebetulan. Pencapaian nilai p-value sebesar 0,002 menegaskan bahwa hasil penelitian ini sangat signifikan secara statistik karena lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05.

Dengan kata lain, hasil penelitian ini mendukung bahwa disonansi kognitif secara nyata berkontribusi terhadap munculnya perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa. Secara psikologis, hal ini dapat dimaknai bahwa ketika mahasiswa mengalami ketidaksesuaian antara keyakinan atau sikap internal mereka dengan keputusan atau tindakan konsumtif yang mereka ambil misalnya membeli barang mahal yang sebenarnya tidak dibutuhkan maka akan timbul disonansi kognitif. Untuk meredakan ketidaknyamanan tersebut, mahasiswa cenderung melakukan pembenaran terhadap perilaku konsumtif mereka, yang pada akhirnya memperkuat kecenderungan untuk mengulangi perilaku konsumtif tersebut di masa mendatang. Temuan ini menegaskan bahwa aspek psikologis seperti disonansi kognitif memiliki peranan penting dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa, terutama di tengah tekanan sosial, media, dan identitas diri yang sedang berkembang pada masa perkuliahan.

REFERENCES

- Azizah, M., & Aryanti, S. (2023). *Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Trend Fashion Pada Mahasiswa Ekonomi Di UKSW*. 8(3), 235–254.
- Barokah, F., Hermawan, Y., & Srigustini, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya Dan Disonansi Kognitif Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(3), 514–524.
<https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i3.466>
- Drozdova, T. V., Vishnyakova, O. D., & Vishnyakova, E. A. (2022). Cognitive dissonance in philological perspective. *Vestnik of Samara University. History, Pedagogics, Philology*, 28(1), 160–167. <https://doi.org/10.18287/2542-0445-2022-28-1-160-167>
- Kuswanti, A., Muzykant, V., Moenawar, M. G., Maryam, S., & Zempi, C. N. (2024). *Life Accentuation in Cognitive Dissonance and Hedonistic Behavior between Jakarta and Moscow Adolescents*. 20(01).
- Pamungkas, M. Z., & Firmialy, S. D. (2023). Assessing the Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior (Comparative Study Based on Gender). *Asia Pacific Management and Business Application*, 011(03), 379–392.
<https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.9>

- Rionald. (2015). *Hubungan Antara Disonansi Kognitif Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/I Universitas Bina Nusantara. 1978.*
- Sugiarto, E. (2016). Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian, dan Perhatian Setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, I(01)*, 34–47.
- Wahyuningsih, L., Dian Dia Conia, P., Dwi Nurmala, M., Muhibah, S., Yoga Wibowo, B., & Sultan Ageng Tirtayasa, U. (2023). The Effect of Lifestyle on Social and Social Norm: A Case Study of Male University. *Jurnal Pendidikan Indonesia Gemilang, 3(1)*, 114–122.