

**PENGARUH PENGGUNAAN TAS *BRANDED* KW TERHADAP  
*LIFESTYLE* MAHASISWA**

(Studi Sosiologis Pada Mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi  
Angkatan 2019-2020)

**(Skripsi)**

**Oleh**

**Tasya Mulisia Zahwa**

**1816011024**



**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

## ABSTRAK

### PENGARUH PENGGUNAAN TAS *BRANDED* KW TERHADAP *LIFESTYLE* MAHASISWA

(Studi Sosiologis Pada Mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi  
Angkatan 2019-2020)

Oleh

TASYA MULISIA ZAHWA

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan tas *branded* KW terhadap *lifestyle* mahasiswa (Studi Sosiologis pada Mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi Angkatan 2019-2020). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix methods* antara metode kuantitatif dan diperkuat dengan kualitatif. Metode kuantitatif memiliki dua variabel yaitu variabel X (penggunaan tas *branded* KW) dan variabel Y (*lifestyle* mahasiswi) dan fokus penelitian kualitatif pada (1) faktor pendorong, dan (2) dampak penggunaan tas *branded* KW. Teknik pengumpulan data kuantitatif menggunakan 52 responden dan dihimpun dengan kuesioner lalu dianalisis menggunakan *SPSS 25*, sedangkan kualitatif melalui observasi dilanjutkan dengan wawancara dengan 8 informan, dan didokumentasikan. Pengolahan dan analisis data kuantitatif melalui tahap editing, tabulating, serta interpretasi dan dianalisis dengan uji korelasi. Pada kualitatif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan tas *branded* KW terhadap *lifestyle* mahasiswi adalah negatif. Dilihat dari teori interaksi simbolik bahwa tas *branded* KW yang menjadi simbol dapat mengubah penampilan diri, namun dibelakang itu mahasiswi mengurangi biaya makan dan kebutuhan pokoknya dan membuat timbul penyesalan.

Kata Kunci: Penggunaan Tas *Branded* KW, *Lifestyle*, Mahasiswi

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF USING BRANDED KW BAGS ON STUDENT LIFESTYLE***

***(Sociological Study on Lampung University Of Sociology Department Students Class of 2019-2020)***

***By***

**TASYA MULISIA ZAHWA**

*The purpose of this study was to determine the effect of using KW branded bags on student lifestyle (Sociological Study on Sociology Department Students at Lampung University, Class of 2019-2020). The method used in this study is a mix of methods between quantitative and qualitative methods. The quantitative method has two variables, namely variable X (use of KW branded bags) and variable Y (college student lifestyle) and the focus of qualitative research on (1) driving factors, and (2) the impact of using KW branded bags. Quantitative data collection techniques used 52 respondents and collected with questionnaires and then analyzed using SPSS 25, while qualitative through observation followed by interviews with 8 informants, and documented. Processing and analysis of quantitative data through the stages of editing, tabulating, and interpretation and analyzed by correlation test. In qualitative through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that the effect of using KW branded bags on the lifestyle of female students was negative. Judging from the theory of symbolic interaction that the KW branded bag which is a symbol can change one's appearance, but behind that female students reduce the cost of eating and their basic needs and make regrets arise.*

*Keywords: Use of KW Bags, Lifestyle, College Students*

**PENGARUH PENGGUNAAN TAS *BRANDED* KW TERHADAP  
*LIFESTYLE* MAHASISWA**

(Studi Sosiologis Pada Mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi  
Angkatan 2019-2020)

Oleh :

**TASYA MULISIA ZAHWA**

**1816011024**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA SOSIOLOGI**

**Pada**

**Jurusan Sosiologi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2023**

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGGUNAAN TAS *BRANDED* KW TERHADAP *LIFESTYLE* MAHASISWA (Studi Sosiologis Pada Mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi Angkatan 2019-2020)**

Nama Mahasiswa : **Jasya Mufisia Zahwa**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1816011024**

Jurusan : **Sosiologi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**MENYETUJUI**

**1. Komisi Pembimbing**



**Dr. Erna Rochana, M.Si.**  
NIP 19670623 199802 2 001

**2. Ketua Jurusan Sosiologi**



**Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si.**  
NIP 19770401 200501 2 003



**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Dr. Erna Rochana, M.Si.**



**Penguji Utama : Dra. Anita Damayantie, M.H.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**  
**NIP 19610807 198703 2 001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 16 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Tasya Mulisia Zahwa

NPM 1816011024

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Tasya Mulisia Zahwa dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 01 September 2000. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Iflah Haza S.E, dan Ibu Ginna Safarina Penulis memiliki satu orang kakak perempuan yang bernama Elina Nur Fahra S.Pd, dan 3 adik laki-laki. Penulis telah menyelesaikan pendidikan pertama di SD Negeri 2 Rawa Laut pada tahun 2012, Kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Al-Kautsar Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2015 dan melanjutkan pendidikan menengah atas di SMAN 2 Bandar Lampung lulus pada tahun 2018.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN. Selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa, penulis aktif tergabung dalam organisasi HMJ SOSIOLOGI FISIP UNILA sebagai anggota divisi Minat Bakat. Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) periode 1 di Desa Kemiling Raya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung dan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 40 hari di Kantor Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Tanggamus pada Bagian Persidangan.



## MOTTO

**“Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu.”**

**(Bobby Unser)**

**“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”**

**(Qs. Ar-Ruum: 60)**

**“Obat hati ada dua cara, yang pertama jangan suka memanjakan diri sendiri dan kedua selalu lihatlah ke bawah”**

**“Prosesnya mungkin tidak mudah, tapi *ending*-nya buat tidak berhenti bilang Alhamdulillah”**

***“It’s fine to fake it until you make it, until you do, until it true”***

**(Tailor Swift)**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan dan keikhlasan hati serta rasa syukur kepada Allah SWT, maka penulis persembahkan karya ilmiah saya kepada:

### **KEPADA ORANG TUA**

**BUYA, MAMA, & UMI**

Dengan segala cinta dan kasih sayang yang tak pernah menyurutkan doa-doa terbaiknya untuk segala proses yang aku lalui, selalu memberikan arahan dan bimbingan serta selalu mendukung apa yang menjadi pilihanku. Aku ucapkan banyak terimakasih atas segala doa, kasih sayang, serta pengorbanan yang dilakukan hingga saat ini.

Kakakku dan Adik-adikku, serta para sahabat yang selalu mendoakan dan mendukung untuk setiap prosesku.

Dosen Pembimbing dan Dosen Pembahas yang sangat berjasa dalam membantuku untuk menyelesaikan skripsi ini

Serta semua pihak yang telah membantu demi kelancaran penelitian ini.

**ALMAMATERKU TERCINTA**

**KELUARGA BESAR JURUSAN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

## SANWACARA



Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa jurusan Sosiologi dengan judul "**Penggunaan Tas Branded KW terhadap Lifestyle Mahasiswa**". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Dalam proses penulisan tugas akhir ini, penulis menyadari banyak keterbatasan kemampuan dan pengetahuan. Dukungan, bimbingan, saran dan nasihat dari berbagai pihak sangat membantu penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan di waktu yang tepat. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat, segala petunjuk dan pertolongan yang diberikan membuat penulis mampu memperoleh pencapaian pada titik ini.
2. Orang tua, yaitu Buya, Mama, dan Umi terimakasih atas doa, pengorbanan, arahan, bimbingan, dan kasih sayang yang tak henti-hentinya untukku. Terimakasih atas segala jerih payah yang dilakukan. Tugas akhir dan gelar yang didapatkan akan aku persembahkan untuk orang tua ku tercinta. Terimakasih ayah atas segala ilmu dan pelajaran hidup yang telah diberikan dan terimakasih ibu karena selalu ada di sampingku dalam keadaan suka dan duka. Semoga ibu sehat selalu, panjang umur, murah rezeki, bahagia dalam menikmati hidup, dan semoga Allah menakdirkan ibu untuk dapat melihat semua perkembangan yang terjadi pada diriku, dan semua anakmu.

3. Kakakku Elina Nur Fahra S.Pd., dan adik-adikku tersayang M. Ilham Bintang Haza, M. Gilang Rakabumi Haza, dan Fathan, terimakasih telah menjadi penguat dalam menjalani sulitnya hidup. Semoga kita tumbuh menjadi anak-anak yang berbakti dan memperoleh kesuksesan di dunia maupun di akhirat.
4. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah membantu segala urusan akademik penulis.
7. Ibu Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
8. Bapak Damar Wibisono, S.Sos., M.A. selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
9. Ibu Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik, terimakasih atas bimbingan, segala pembelajaran, nasihat, dorongan semangat dan dukungan yang telah diberikan kepada peneliti selama perkuliahan. Semoga Bapak selalu diberikan kesehatan, keberkahan, serta kemudahan dalam setiap langkah yang dikerjakan.
10. Ibu Dr. Erna Rochana, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing dengan sabar, banyak memberikan masukan, saran, dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga ibu selalu diberikan kesehatan, kemudahan, kelancaran dalam setiap langkah yang ibu kerjakan.
11. Seluruh Dosen Sosiologi tercinta, terimakasih atas ilmu-ilmu yang telah diberikan dan segala nasihat yang telah kalian berikan.
12. Staff jurusan Sosiologi, terimakasih karena telah membantu dalam mengurus segala keperluan administrasi.

13. Kepada seluruh responden dan informan yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data terkait penelitian yang dilakukan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
14. Kepada CSB, VIREEVER, Real Blackpink, Devi Miradona Putri, Fellya Putri Irene, Muzni Fhadlan dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan, doa, dan semangat yang telah kalian berikan. Semoga kelak kita dapat menjadi orang yang berguna bagi masyarakat.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sangat besar harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat untuk semuanya. Terimakasih penulis ucapkan untuk semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Bandar Lampung, 16 Agustus 2023

**Tasya Mulisia Zahwa**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>SANWACANA</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

A. Tinjauan Tentang Penggunaan Tas KW.....	9
B. Tinjauan Tentang Tas KW .....	9
C. Tinjauan Tentang <i>Lifestyle</i> /Gaya Hidup.....	14
D. Tinjauan Tentang Mahasiswa .....	17
E. Penelitian Terdahulu .....	20
F. Kerangka Teori .....	22
G. Kerangka Pikir .....	23
H. Hipotesis Penelitian.....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Tipe Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian .....	27
C. Penentuan Informan.....	28
D. Populasi dan Sampel .....	28
E. Variabel Penelitian.....	30
F. Sumber Data dan Jenis Data .....	30
G. Teknik Pengumpulan Data .....	31
H. Teknik Pengolahan Data .....	32
I. Teknik Pengujian Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen) .....	34
J. Teknik Analisis Data .....	35

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
B. Hasil dan Pembahasan .....	37
1. Identitas Responden.....	37
2. Variabel Penggunaan Tas KW .....	39
3. Variabel Lifestyle Mahasiswi.....	49
4. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	60
1. Uji Validitas.....	60
2. Uji Reliabilitas.....	62
5. Hasil Analisis Data.....	63
C. Faktor Pendorong Keputusan Pembelian Barang Tas KW .....	65
D. Dampak Pengaruh Penggunaan Barang Tas KW Terhadap <i>Lifestyle</i> .....	70

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	76

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Jumlah Mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi Angkatan 2019 dan 2020 Tahun 2022 .....	28
Tabel 2	Identitas Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	37
Tabel 3	Penggunaan Barang KW .....	38
Tabel 4	Penyesalan Dalam Pembelian Tas <i>Branded</i> KW .....	40
Tabel 5	Mendapat Kualitas Yang Bagus Dari Tas <i>Branded</i> KW .....	41
Tabel 6	Mendapat Kualitas Yang Buruk Dari Tas <i>Branded</i> KW .....	41
Tabel 7	Mengetahui Kualitas Tas <i>Branded</i> KW .....	42
Tabel 8	Menyukai Tas <i>Branded</i> KW Yang Dibeli.....	43
Tabel 9	Sumber Awal Mengetahui Tentang Tas <i>Branded</i> KW .....	44
Tabel 10	Pengetahuan Tentang Jenis Tas <i>Branded</i> KW .....	45
Tabel 11	Nama Merek Tas <i>Branded</i> KW .....	46
Tabel 12	Pembelian Tas <i>Branded</i> KW Dalam Sebulan .....	47
Tabel 13	<i>Preloved</i> Tas <i>Branded</i> KW .....	48
Tabel 14	Informasi Tas <i>Branded</i> KW .....	49
Tabel 15	Media Sosial Penyebaran Informasi Tentang Tas <i>Branded</i> KW .....	50
Tabel 16	Memenuhi Keinginan Dalam Pembelian tas <i>Branded</i> .....	52
Tabel 17	Menggunakan Barang Tas KW Karna Kualitas.....	53
Tabel 18	Uang Saku Mahasiswi Sosiologi.....	53
Tabel 19	Harga Tas <i>Branded</i> KW Yang Dibeli .....	54
Tabel 20	Kecintaan Mahasiswi Sosiologi Terhadap Barang <i>Branded</i> .....	55
Tabel 21	Membeli Barang KW Karna Mengikuti <i>Trend</i> .....	56
Tabel 22	Membeli Barang KW Karna Rasa Ingin Tahu .....	57
Tabel 23	Menggunakan Tas <i>Branded</i> KW Karna Harga .....	58
Tabel 24	Penggunaan Barang Tas KW Untuk Menunjang Penampilan .....	58
Tabel 25	Penggunaan Barang Tas KW Untuk Eksistensi Diri .....	59
Tabel 26	Penggunaan Barang Tas KW Meningkatkan Percaya Diri .....	60

Tabel 27 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Tas KW .....	62
Tabel 28 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i> Mahasiswi .....	63
Tabel 29 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Tas KW .....	64
Tabel 30 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Lifestyle</i> Mahasiswi .....	64
Tabel 31 Hasil Uji Product Moment Penggunaan Terhadap <i>Lifestyle</i> .....	65
Tabel 32 Makna Nilai Korelasi Product Moment Pearson.....	65
Tabel 33 Faktor Pendorong Penggunaan Tas <i>Branded</i> KW .....	69
Tabel 34 Dampak Pengaruh Penggunaan Tas <i>Branded</i> KW .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh Tas KW dari <i>brand Dior dan Coach</i> .....	3
Gambar 2. Kerangka Pikir.....	24
Gambar 3. Wawancara Bersama Mahasiswi Angkatan 2019 dan 2020 .....	100
Gambar 4. Tas KW Mahasiswi .....	101



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dewasa ini, salah satu fenomena yang cukup menarik perhatian masyarakat luas adalah maraknya penjualan produk-produk imitasi atau KW yang dipilih menjadi salah satu alternatif baru bagi konsumen dalam memenuhi keinginannya dalam menunjang penampilan. Menurut Berri (2012) (dalam Putri, 2016: 5), produk imitasi merupakan produk yang diciptakan dengan mangacu atau meniru pada produk pionir. Jadi, dapat disimpulkan bahwa produk imitasi atau KW adalah barang yang dijual menggunakan model maupun nama *brand* terkenal secara ilegal. Produk yang ditawarkan memiliki model yang mirip dengan produk ternama namun dengan harga yang lebih terjangkau dari harga barang aslinya. Terlepas dari legal dan ilegalnya model jual beli semacam ini, kita dapat melihat dengan jelas bahwa tempat-tempat produk tiruan/KW/imitasi tidak pernah sepi dari kegiatan transaksi jual beli.

Kata KW berasal dari kata ‘kualitas’, yang menjadi istilah bahwa barang yang dijual adalah barang tiruan. Secara kasat mata, barang KW akan bisa dinilai bahkan tanpa harus menyentuh atau merabanya. Hal ini karena produk KW hanya dibuat mirip atau menyerupai produk aslinya, namun secara kualitas berada jauh di bawah standar. Tentu, harga yang ditawarkan jauh lebih rendah daripada produk asli sehingga produk KW adalah termasuk produk palsu.

Dikutip dari laman *South China Morning Post*, ada empat tipe pengguna barang KW dengan motif yang berbeda-beda. Pertama, *dreamitators* adalah kombinasi dari *dreamers* alias pemimpi and imitators atau peniru. Tipe ini mendominasi para pembeli barang KW demi mendapatkan pengakuan instan

dan meningkatkan status sosialnya. Biasanya mereka adalah anak muda yang tidak mampu membeli barang mewah tersebut. Namun, ada keinginan kuat untuk meniru gaya dan prestise kelompok sosial lain yang lebih tinggi pendapatannya. Kedua, *face savers* adalah yang didominasi kalangan profesional muda. Mereka membeli barang *branded* tiruan agar bisa berbau dan diterima oleh kelompok sosialnya dengan harga lebih terjangkau. Tekanan sosial dari teman sebaya atau keinginan untuk menyelamatkan muka atau harga diri merupakan motif utamanya. Banyak dari mereka menghargai nilai sosial dan kelebihan produk dari *brand* mewah, tetapi merasa produk tiruan sudah memiliki kualitas yang cukup baik. Ketiga, *smart fakers* adalah tipe pengguna barang KW yang peka terhadap harga dan melek dengan *fashion* terkini. Kehadiran barang tiruan memberikan mereka pilihan padu padan *fashion* yang lebih leluasa dan bervariasi, dengan harga terjangkau. Bagi mereka, belanja adalah aktivitas menyenangkan dan ada kebutuhan untuk mengikuti perkembangan terkini. Khususnya demi mengekspresikan diri dalam konteks sosial yang berbeda seperti tas untuk bekerja atau bersosialisasi dengan teman. *Smart fakers* jauh lebih teliti dalam membeli barang KW agar mendapatkan produk yang mendekati aslinya. Barang tersebut tidak boleh tampak palsu karena akan berdampak buruk pada kredibilitas citra mereka. Keempat, *fraudsters* adalah pengguna barang KW yang berasal dari kalangan berpenghasilan tinggi. Mereka mampu membeli barang asli dari brand mewah, tetapi lebih bersedia membayar mahal untuk barang palsu bermutu tinggi. Kalangan ini berpikir model dan kualitas bahan yang digunakan dalam barang palsu seharusnya sebanding dengan aslinya. Mereka membeli barang tiruan karena menganggapnya sebagai pembelian berisiko rendah. *Fraudsters* tahu mereka tidak akan disebut sebagai pengguna barang KW karena status keuangannya. Mereka juga mengombinasikan barang tiruan dengan produk *branded* asli dalam penggunaannya.

Berdasarkan hasil survei langsung yang dilakukan Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) dan Lembaga Penyelidik Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (LPEM-FEUI) menjelaskan bahwa

penggunaan produk KW yang paling banyak dikonsumsi konsumen adalah barang-barang dari kulit (sepatu, tas, dompet, dan lain-lain). Di pasaran dapat dengan mudah ditemukan barang tersebut dari merek terkenal yang di jual dengan harga perkiraan harga dari yang paling murah sampai harga yang paling mahal. Kualitas produk pun mulai dari yang sangat mirip dengan aslinya sampai yang sama sekali tidak berkualitas.

Tidak dapat dipungkiri lagi barang tiruan tanpa kita sadari, lambat laun dianggap menjadi hal biasa yang sudah melekat pada mahasiswa. Banyaknya produsen dalam hal penjualan barang KW dipasaran mendorong para masyarakat khususnya mahasiswa lebih mengetahui produk tersebut. Dalam hal ini, produk imitasi mempunyai beberapa tingkatan, tingkatan paling umum adalah KW 1, KW 2, KW 3, KW Super. Menurut Damsar dan Indrayani, 2018: 244 harga barang KW yang paling mahal dan memiliki kualitas mirip dengan aslinya adalah KW super. Berikut merupakan contoh tas KW di salah satu toko tas:



**Gambar 1.** Contoh Tas KW dari *brand Dior* dan *Coach* di Toko Inisial AKB Tahun 2022

Banyaknya produk-produk kulit yang di jual secara bebas di masyarakat secara KW khususnya tas. Maka yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah produk tas. Hal itu di karenakan banyaknya penjualan tas KW di masyarakat dan produk tas yang paling banyak digemari oleh mahasiswa guna untuk menunjang dan menyempurnakan penampilan dalam kehidupan sehari-hari.

Maraknya penjualan barang-barang tas KW ini salah satunya disebabkan oleh perkembangan teknologi yang membuat banyak masyarakat tanpa terkecuali mahasiswa yang dengan mudah mendapatkan informasi mengenai peredaran barang-barang imitasi atau yang lebih sering disebut barang tas KW. Semakin berkembangnya sistem informasi dan teknologi maka semakin tinggi tingkat kerawanan akan perdagangan barang palsu atau yang lebih dikenal dengan barang tas KW.

Salah satu hal yang mendasari maraknya pembelian produk tas tiruan/KW di kalangan mahasiswa adalah faktor harga. Harga yang ditaksir dengan nominal yang mahal pada merek asli menjadi penyebab pembelian barang tas KW tersebut. Kebanyakan orang tidak memperdulikan bahwa mereka menggunakan barang tas KW, karena mereka menilai barang tas KW mirip dengan aslinya seperti tas tenama internasional.

Produk tas KW dapat menawarkan produknya dengan kualitas hampir menyamai dengan produk aslinya, namun dengan harga yang jauh lebih terjangkau dibandingkan harga produk asli. Bahkan, ada beberapa penjual produk tas KW yang berani menyatakan bahwa produk yang ditawarkannya tidak kalah dengan produk aslinya, contohnya barang tiruan dari produk tas yang bermerek yang memiliki kualitas barang yang hampir menyerupai produk aslinya.

Selain itu, mahasiswi Universitas Lampung jurusan Sosiologi pada angkatan 2019 dan 2020 tahun 2022 memiliki gaya hidup yang menyukai barang-barang bermerek dari luar dibandingkan lokal, mengakibatkan bagi mahasiswi yang berada dikalangan menengah kebawah tidak bisa mewujudkan keinginannya karena keterbatasan budget atau biaya yang dimiliki. Barang tas KW ini banyak di gandungi mahasiswi untuk menunjang penampilan, baik itu penampilan untuk jalan-jalan, acara penting, maupun saat berada di kampus. Keinginan

untuk dipandang ketika memiliki suatu produk yang terkenal dan bergengsi membuat konsumen berbelanja produk palsu untuk konsumsi status.

Bagi mahasiswi, fashion tidak terlepas dari bagian hidup mereka yang dapat menunjang penampilan agar tampil lebih menarik. Oleh karena itu, banyak mahasiswi yang gemar mengoleksi berbagai atribut *fashion*, salah satunya adalah tas. Tas sendiri merupakan salah satu komoditas paling dicari mahasiswi ketika berada dipusat perbelanjaan. Produk substitusi pelengkap *fashion* ini mampu menghipnotis kaum perempuan termasuk mahasiswi untuk mengambil keputusan membeli tas sesuai selera mereka bahkan menjadikannya sebagai barang koleksi. Sisi feminisme bahkan *luxurious* bisa dimunculkan lewat kepemilikan barang ini. Sifat hedonisme mahasiswi dalam membeli produk yang tidak penting diyakini bahwa lebih banyak mahasiswi yang menggunakan barang tas KW tersebut.

Menurut Rema (2012), alasan yang membuat para wanita gemar berbelanja adalah karena mereka menikmatinya, mencoba hal baru, obsesi pribadi, memperbaiki suasana hati, membuat orang lain senang, pamer, dan demi perubahan. Survei yang dilakukan oleh sebuah majalah fashion di sebuah jejaring sosial twitter menyebutkan bahwa 72% wanita gila berbelanja dan dari persentase tersebut menyatakan bahwa sebesar 52% produk yang sering diincar yaitu tas dan sepatu (Oktaviani, 2012). Kemudian dari penelitian oleh Lekprayura (2012) ditemukan bahwa kelompok sampel sebanyak 405 orang, perempuan sebanyak 70,9% dan laki-laki 29,1% dengan rentang usia 15-25 tahun sebesar 48,4%, 26-35 tahun sebesar 27,2%. Sebagian besar dari mereka telah lulus dengan persentase sarjana sebesar 65,9%, siswa sebesar 38,0%, petugas swasta sebesar 27,9% dengan pendapatan terendah 20.000 baht (44,4%) dan berbagai pendapatan 20.000- 40.000 baht (30,6%). Jenis-jenis produk yang dibeli meliputi tas (38,0%), parfum (16,3%), dan pakaian (13,3%).



Keistimewaan dari tas terutama tas *branded* membuat mayoritas mahasiswi yang memiliki kemampuan ekonomi menengah keatas, lebih memilih menggunakan tas *branded* dari perusahaan terkenal. Namun sebaliknya, bagi yang memiliki kemampuan ekonomi menengah kebawah konsumen lebih memilih untuk membeli tas *branded* tiruan. Hal tersebut dibuktikan karena banyak tas tiruan yang memiliki motif, logo dan model yang menyerupai aslinya. Perbedaan yang paling mencolok terletak pada harga dan bahan yang digunakan.

Dampak dari penggunaan barang tas KW ini mempengaruhi gaya hidup para mahasiswi. Hal itu membuat gaya hidup mahasiswi menjadi boros hanya karena untuk memenuhi keinginan dalam berenampilan. Dari penggunaan barang tas KW ini maka akan menimbulkan perilaku konsumtif pada mahasiswi, karena ketidak mampuan mereka memenuhi gaya hidup mereka sehingga menyebabkan penggunaan tas KW karena gengsi semata. Menurut Mangkunegara (2009) munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh keinginan sesaat dalam membeli suatu barang lebih dari satu hanya untuk mencari kesenangan dan kepuasan tersendiri secara emosional sehingga menjadi sebuah hobi.

Dari sinilah peneliti melihat ada suatu permasalahan. Maka, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengangkat judul “Pengaruh Penggunaan Barang Tas *Branded* Terhadap Lifestyle Mahasiswa (Studi Sosiologis Pada Mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi Angkatan 2019 - 2020)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah penulis tuangkan di latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah ada pengaruh dari penggunaan barang tas *branded* KW terhadap *lifestyle* mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020?

2. Apa saja faktor pendorong penggunaan barang tas *branded* KW dikalangan mahasiswi Universitas Lampung jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020?
3. Bagaimana dampak pengaruh penggunaan barang tas *branded* KW terhadap *lifestyle* mahasiswi Universitas Lampung jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah serta rumusan masalah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan barang tas *branded* KW terhadap *lifestyle* mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020.
2. Untuk mengetahui faktor pendorong penggunaan barang tas *branded* KW dikalangan mahasiswi Universitas Lampung jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020.
3. Untuk mengetahui dampak pengaruh penggunaan barang tas *branded* KW terhadap *lifestyle* mahasiswi Universitas Lampung jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti berharap akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian serta menambah wawasan pengetahuan khususnya terkait dampak dari pembelian barang KW dikalangan mahasiswa.
2. Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat terhadap antara lain:
  - a) Bagi Peneliti  
Penelitian ini diharapkan agar dapat menambah ilmu serta informasi dampak dari pembelian barang tas *branded* KW, dan dapat menjadi

tambahan wawasan bagi ilmu pengetahuan dan bahan bacaan bagi yang membutuhkannya.

b) Bagi orang tua

Penelitian ini diharapkan dapat membuat orang tua lebih memperhatikan apa yang dibeli oleh anak.

c) Bagi mahasiswa

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi masyarakat bahwa pembelian barang KW dapat mempengaruhi tingkat kualitas diri.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Tentang Penggunaan Tas KW**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan diartikan sebagai proses, cara perbuatan memakai sesuatu, pemakaian (KBBI,2002:852). Penggunaan sebagai aktifitas memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang dan jasa. Pembeli dan pemakai yang dapat disebut pula sebagai konsumen barang dan jasa. Menurut Salim (1991) arti kata penggunaan adalah proses menggunakan sesuatu. Sedangkan kata KW diambil dari kata 'kualitas' dan bisa diartikan sebagai sesuatu yang palsu atau mengikuti aslinya. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan tas KW adalah aktifitas menggunakan suatu barang palsu yang dibeli.

#### **B. Tas KW**

##### **1. Pengertian Tas KW**

Tas KW adalah sebuah barang yang diproduksi sebagai replika dari barang bermerek. Kata KW berasal dari “kualitas” yang konotasinya “imitasi” atau “tiruan”. Jadi, tas KW merupakan sebuah barang yang diproduksi sebagai tiruan, replika, atau imitasi dari barang lain. Barang KW dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) artinya dengan “tiruan” dimana arti kata tiruan dalam KBBI adalah bukan yang sejati (tulen), palsu dan imitasi.

Di sisi lain, produk imitasi merupakan produk yang diciptakan dengan mengacu atau meniru pada produk yang sudah ada dan sudah dikenal banyak orang. Imitasi dapat dilakukan dengan meniru desain, membuat produk dengan harga yang lebih murah, dan melakukan beberapa penyempurnaan dari produk terdahulu. Jadi, tas KW adalah produk yang

dibuat dengan cara meniru merek yang sudah dikenal luas oleh masyarakat, hal ini termasuk dalam hal *packaging, labelling, trademark*. Dan harga yang murah merupakan keunggulan bagi produk ini untuk menarik minat beli konsumen.

Menurut Lai Zaichkowsky mengatakan bahwa pemalsuan dan pembajakan pada dasarnya adalah sama karena pemalsuan dan pembajakan adalah reproduksi dari barang yang identik berasal dari sebuah barang asli. Larangan tentang jual beli barang tiruan telah dikeluarkan oleh Fatwa MUI No. 1/ MUNAS VII/ MUI /5/2005. Menurut fatwa MUI tersebut, Ulama melarang menjual barang tiruan karena melanggar hak merek dari pemilik merek dan merugikan banyak pihak baik dari pemegang merek, pemerintah, maupun masyarakat.

## **2. Ciri-ciri Tas KW**

Menurut Dimas Rais Utomo (2018), ciri-ciri yang menonjol dari barang tas KW antara lain:

a) Dilihat dari jahitannya.

Apabila tas yang bermerek dijahit dengan rapih dan dilakukan dengan teliti dan hati hati. Kemudian pada pola bahan kulit tas yang terbuat dari kulit asli memiliki motif yang tidak beraturan, lembut dan beraroma khas kulit hewan. Kualitas risleting dan pengait pada barang bermerek asli terbuat dari logam yang berkualitas dan disertai logo yang sama dengan merek dagang bahan kulit yang digunakan adalah kulit asli. Sedangkan barang tiruan biasanya berbanding terbalik dari barang aslinya.

b) Jika dilihat dari logo.

Logo yang asli rata dengan permukaan tas, sementara yang palsu akan menyembul dari permukaan tas karena hanya dilem dengan lem biasa. Pengait pada tas bermerek yang asli memiliki pengait khusus yang berlabel dari merek tersebut. Selain itu, di label tas yang tersembunyi

di bagian dalam biasanya disertakan label nama dengan jahitan yang rapih. Pastikan penulisan kata pada label, tag, dan *guarantee card* sudah benar. Produk yang asli ditulis dengan nama negara tempat pembuatan misalnya (*made in Italy*), bukan kota (*made in Milan*).

c) Cek *barcode* dan nomer seri

*Barcode* pada produk yang asli akan mengarahkan ke situs resmi perusahaan jika di *scan*, sebaliknya jika barang itu tiruan maka tidak dapat di *scan*. Kualitas dari pengemasan, dan kantong kain pembungkus produk yang asli jauh lebih bagus daripada yang tiruan. *Dustbag* disertai logo resmi, *silica gel* dan masih disertai dengan buku petunjuk perawatan. Kemudian kain pelapis dalam pada produk tas dilengkapi kain pelapis pada bagian dalam. Kain pelapis ini biasanya memiliki motif khas yang dijahit dengan hati-hati. Motif pada kain pelapis barang asli tidak akan terbalik letaknya. Cara paling mudah dan efektif untuk membedakan barang asli dan palsu adalah dengan mengecek harganya. Harga dari barang palsu lebih murah dibandingkan dengan yang asli.

### 3. Tingkatan Tas KW

Mempunyai wawasan merupakan faktor penentu yang memungkinkan konsumen untuk mempengaruhi permintaan mereka terhadap tas KW melalui bauran pemasaran. Jadi, minat beli konsumen terhadap tas KW berdasarkan tingkatan barang KW, dapat diukur berdasarkan kondisi ekonomi maupun minat konsumen. Menurut Dimas Rais Utomo (2018), barang tiruan memiliki tingkatan, diantaranya:

a) KW super premium

KW super premium ini berada di bawah satu tingkat dari barang asli. Kadang barang ini juga berasal dari barang *reject* atau barang yang tidak memenuhi standar dan tidak lolos *quality control*. Jadi, produk KW super premium memiliki kualitas setara dengan barang original, namun tidak semua produk KW memenuhi standar kualitas yang sama dengan barang original. Produk KW super premium memiliki sertifikat keaslian, nomer

serial dan cetakan merek yang sama dengan produk original. Ciri-ciri produk KW super memiliki jahitan yang rapi, warna tidak murah pudar, dan barang dengan bahan kulit dibuat dengan kulit asli.

b) KW super AAA

Barang KW super AAA ini masih di bawah super premium. Hanya saja secara penampilan berhasil meniru. Akan tetapi bahan yang digunakan lebih murah, misalnya barang asli menggunakan kulit domba maka barang super AAA menggunakan kulit sapi. Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti menyimpulkan bahwa barang KW super AAA kualitasnya di bawah KW super premium akan tetapi berhasil meniru dari produk aslinya. Barang KW super AAA tersebut menggunakan bahan yang lebih murah dibandingkan KW super premium.

c) KW super

Barang KW Super hanya meniru bagian luar saja, tidak pada bagian dalam. Misalkan tas asli di dalamnya berbahan beludru, tas KW super berbahan kanvas biasa.

d) KW semi super

Barang KW super menggunakan bahan berbeda dari produk aslinya. Misalnya tas, tas dari bahan kulit domba asli diganti dengan kulit sapi. Penggunaan bahan kulit sapi di bagian tertentu saja, misalnya bagian pegangan tas, sementara pada bagian lain menggunakan kulit imitasi.

e) KW 1

KW 1 memiliki kualitas di bawah KW semi super. KW 1 fokus pada bentuk yang dibuat agar terlihat mirip, namun tidak dengan kualitas bahan.

f) KW 2

Barang KW 2 dibuat dari bahan-bahan murah. Bahan-bahan tersebut dipilih untuk menekan biaya produksi. Kualitas barang KW 2 di bawah KW 1, dan lebih cepat rusak. Barang KW 2 tidak serupa dengan barang aslinya, dan dijual dengan harga sangat murah.

#### **4. Faktor-faktor Pendorong Membeli Tas KW**

##### a) Keputusan Pembelian

Faktor yang paling menonjol dalam keputusan mahasiswa untuk membeli barang KW adalah karena harganya yang relatif lebih murah daripada barang asli. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Schiffman dan Kanuk (2008: 485) keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dalam hal ini pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika akan melakukan keputusan pembelian.

##### b.) Kualitas

Menurut Philip Kotler (1999:122) menjelaskan kualitas sebagai berikut “kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan. Bagi mahasiswa, untuk kualitas barang tidak terlalu penting karena yang terpenting adalah membeli barang dengan harga murah. Hal ini disebabkan karena keuangan mahasiswa yang belum cukup membeli barang yang mahal yang akhirnya mahasiswa mengesampingkan kualitas dari sebuah produk. Kualitas biasanya sebanding dengan bahan dari pembuatan tas tersebut, semakin mahal harga barang maka dipastikan semakin bagus kualitas dari barang tersebut.

##### c.) Harga

Barang KW terkenal dengan harganya yang lebih murah dibandingkan barang yang asli serta dari segi bentuk apabila dilihat sekilas akan sulit untuk dilihat apakah barang itu KW atau asli. Selain karena harga murah, mahasiswa lebih tertarik membeli barang KW dikarenakan hanya untuk gengsi semata. Karena bagi kebanyakan mahasiswa semakin bermerek tas yang digunakan maka semakin tinggi pula kualitas dirinya. Hal ini sesuai dengan Philip Kotler (2008:345) harga adalah sejumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan atau konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.



## 5. Dampak Pembelian Tas KW

Adapun dampak yang ditimbulkan apabila membeli tas KW yaitu timbulnya sifat konsumtif yang berakibatkan perilaku boros. Perilaku boros adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap barang-barang sekunder. Perilaku boros sebenarnya terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistic karena hasrat yang besar untuk memiliki barang-barang tanpa memperhatikan hal itu merupakan suatu kebutuhan atau hanya keinginan saja. Bagi mahasiswi yang gemar berbelanja produk tas branded KW mereka meyakini bahwa dengan memakai produk tas dengan merek terkenal akan membuatnya menjadi lebih percaya diri, namun tidak dapat dipungkiri akan timbul rasa penyesalan ketika sudah melakukan perilaku boros tersebut.

## C. Tinjauan Tentang *Lifestyle/Gaya Hidup*

### 1. Pengertian *Lifestyle/Gaya Hidup*

Gaya hidup mempunyai banyak artian dan diartikan sesuai dengan bidang ilmu pengetahuan masing-masing tokoh yang mengemukakannya. Menurut seorang ahli psikologi Alfred Adler (1929), gaya hidup adalah sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk didalam hubungan sosial, konsumsi barang, *entertainment* dan berbusana. Perilaku-perilaku yang nampak di dalam gaya hidup merupakan campuran dari kebiasaan, cara-cara yang disepakati bersama dalam melakukan sesuatu, dan perilaku yang berencana.

Gaya hidup menurut Kotler (2009) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Assael (1984), gaya hidup adalah “*A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)*”. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang

menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2000), gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu pola hidup seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap paling penting bagi diri mereka dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana pandangan mereka tentang diri mereka ataupun tentang dunia luar sekitar mereka.

## **2. Jenis-jenis *Lifestyle* / Gaya Hidup**

Menurut Mowen dan Minor, terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut (Sumarwan, 2011:45):

a. *Funcionalists*

Menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.

b. *Nurturers*.

Muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumahtangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata.

c. *Aspirers*

Berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak.

d. *Experientials*

Membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan (*convenience*). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya di atas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.

e. *Succeeders*

Rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.

f. *Moral majority*

Pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap *empty-nest*. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal.

g. *The golden years*

Kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.

h. *Sustainers*

Kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.

i. *Subsisters*

Tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas.

### 3. Indikator *Lifestyle* / Gaya Hidup

Menurut Sunarto, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut (Mandey, 2009:93):

- a. Kegiatan (*Activity*) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b. Minat (*Interest*) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
- c. Opini (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orat ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

## D. Mahasiswa

### 1. Pengertian Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012: 5). Sedangkan menurut Kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di Perguruan Tinggi (Kamus Bahasa Indonesia Online, [kbbi.web.id](http://kbbi.web.id)).

Menurut Siswoyo (2007: 121) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.

Menurut (Yusuf, 2012: 27) kategori yang dapat dikategorikan mahasiswa apabila usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pemantapan pendirian hidup.

## **2. Karakteristik Perkembangan Mahasiswa**

Ciri-ciri perkembangan remaja lanjut atau remaja akhir (usia 18 sampai 21 tahun) dapat dilihat dalam tugas-tugas perkembangan yaitu (Gunarsa: 2001: 129-131):

- a) Menerima keadaan fisiknya; perubahan fisiologis dan organis yang sedemikian hebat pada tahun-tahun sebelumnya, pada masa remaja akhir sudah lebih tenang. Struktur dan penampilan fisik sudah menetap dan harus diterima sebagaimana adanya. Kekecewaan karena kondisi fisik tertentu tidak lagi mengganggu dan sedikit demi sedikit mulai menerima keadaannya.
- b) Memperoleh kebebasan emosional; masa remaja akhir sedang pada masa proses melepaskan diri dari ketergantungan secara emosional dari orang yang dekat dalam hidupnya (orangtua). Kehidupan emosi yang sebelumnya banyak mendominasi sikap dan tindakannya mulai terintegrasi dengan fungsi-fungsi lain sehingga lebih stabil dan lebih terkendali. Dia mampu mengungkapkan pendapat dan perasaannya

- dengan sikap yang sesuai dengan lingkungan dan kebebasan emosionalnya.
- c) Mampu bergaul; dia mulai mengembangkan kemampuan mengadakan hubungan sosial baik dengan teman sebaya maupun orang lain yang berbeda tingkat kematangan sosialnya.
  - d) Menemukan model untuk identifikasi; dalam proses ke arah kematangan pribadi, tokoh identifikasi sering kali menjadi faktor penting, tanpa tokoh identifikasi timbul keaburan akan model yang ingin ditiru dan memberikan pengarahan bagaimana bertingkah laku dan bersikap sebaik-baiknya.
  - e) Mengetahui dan menerima kemampuan sendiri; pengertian dan penilaian yang objektif mengenai keadaan diri sendiri mulai terpujuk. Kekurangan dan kegagalan yang bersumber pada keadaan kemampuan tidak lagi mengganggu berfungsinya kepribadian dan menghambat prestasi yang ingin dicapai.
  - f) Memperkuat penguasaan diri atas dasar skala nilai dan norma; nilai pribadi yang tadinya menjadi norma dalam melakukan sesuatu tindakan bergeser ke arah penyesuaian terhadap norma di luar dirinya. Baik yang berhubungan dengan nilai sosial ataupun nilai moral. Nilai pribadi adakalanya harus disesuaikan dengan nilai-nilai umum (positif) yang berlaku dilingkungannya.
  - g) Meninggalkan reaksi dan cara penyesuaian keanak-kanakan; dunia remaja mulai ditinggalkan dan dihadapannya terbentang dunia dewasa yang akan dimasuki.

Dapat disimpulkan bahwa karakteristik mahasiswa ialah pada penampilan fisik tidak lagi mengganggu aktifitas dikampus, mulai memiliki intelektualitas yang tinggi dan kecerdasan berpikir yang matang untuk masa depannya, memiliki kebebasan emosional untuk memiliki pergaulan dan menentukan kepribadiannya.

### E. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang penggunaan barang tas *branded* KW. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang penggunaan barang tas *branded* KW dikalangan mahasiswa.

1. Penelitian yang dibuat Arkan Gharzian pada tahun 2018 dengan judul “Keputusan Pembelian Barang KW Dikalangan Mahasiswa Salatiga”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jumlah informan sebanyak 6 informan. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Arkan Gharzian adalah pembelian barang kw oleh mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arkan Gharzian yaitu para mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga tidak terlalu mementingkan kualitas dari produk KW yang mereka beli.

Yang membedakan penelitian yang dilakukan Arka Gharzian dan peneliti adalah peneliti menggunakan *mix methods*. Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada pengaruh penggunaan barang tas *branded* KW terhadap *lifestyle* mahasiswi, faktor pendorong serta dampak dari pembelian barang tas *branded* KW Universitas Lampung jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020.

2. Penelitian yang dibuat oleh Deni Dwi Mahendrapada tahun 2017 dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu KW (Imitasi) di Pasar Klithikan Yogyakarta”. Model pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan yang dilakukan dengan sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Hasil penelitian ini adalah bahwa variabel harga, citra merek, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu KW (imitasi) di Pasar Klithikan Yogyakarta secara parsial maupun secara simultan.

Yang mebedakan penelitian peneliti dengan penelitian diatas yaitu penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu bahwa yang menjadi keputusan mahasiswi dalam penggunaan tas KW yaitu karena harga yang

relatif murah dan mahasiswa merasa bahwa menggunakan barang tas KW *branded* ini dapat menunjang penampilan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Heriyadi pada tahun 2015 yang berjudul “Analisis Yuridis Terhadap Penjualan Sepatu KW Merek Nike di Kecamatan Pontianak Selatan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fakta penyebab penjualan sepatu KW merek Nike adalah faktor gengsi masyarakat guna mendapatkan perhatian dari masyarakat yang berada disekitarnya, harga yang ditawarkan produk KW jauh lebih murah dibandingkan dengan produk dan ditambah dengan daya beli masyarakat yang rendah terhadap produk original.

Yang membedakan dengan penelitian diatas adalah peneliti melihat bahwa ketika mahasiswa menggunakan tas *branded* KW mereka merasa tingkat sosialnya menjadi lebih tinggi karena masyarakat Lampung memiliki budaya bernama “Piil” yang membuat mahasiswa jurusan Sosiologi merasa harus tampil maksimal disegala situasi. Dan dengan menggunakan merek terkenal tersebut membuat mahasiswa lebih percaya diri.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Gourgius Peter Sembiring pada tahun 2014 yang berjudul “Pengaruh Harga, Kesadaran Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* KW di Instagram Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret”. Hasil penelitian ialah bahwa harga merupakan pengaruh besar dalam keputusan mahasiswa Universitas Sebelas Maret membeli barang KW.

Yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu selain faktor harga yang membuat mahasiswa mengambil keputusan untuk menggunakan tas KW, faktor lainnya adalah pengaruh dari media sosial. Sosial media yang memberikan pengaruh yang besar yaitu *Instagram*.



## **F. Kerangka Teori**

### **1. Teori Behavioral Sosiologi**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Behavioral Sosiologi dari Burrhus Frederic Skinner. Teori ini memfokuskan perhatiannya kepada hubungan antara akibat dari tingkah laku yang terjadi di dalam lingkungan aktor dengan tingkah laku. Teori ini berusaha menerangkan tingkah laku yang terjadi itu melalui akibat-akibat yang mengikutinya kemudian. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku yang terjadi pada diri individu disebabkan karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar individu (Ritzer, 2010:73).

Dapat diartikan bahwa behavioral sosiologi merupakan sebuah teori yang berasal dari konsep psikologi perilaku yang kemudian diterapkan kedalam konsep sosiologi. Teori ini memusatkan perhatiannya kepada hubungan antara akibat dari tingkah laku yang terjadi di dalam lingkungan aktor dengan tingkah laku aktor. Dalam hal ini tas *branded* KW dapat mempengaruhi mahasiswi Universitas Lampung jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020 mengambil keputusan pembelian tas *branded* KW yang berakibatkan timbulnya perilaku konsumtif, karena membeli barang bukan untuk kebutuhan namun untuk memenuhi keinginannya memiliki tas *branded*.

### **2. Teori Masyarakat Konsumsi**

Teori masyarakat konsumsi dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard. Teori ini menjelaskan mengenai adanya nilai guna, nilai tanda dan simulacra dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Baudrillard berpedoman pada pendekatan psikoanalisis Lacanian dan strukturalisme Saussurian, serta mengadopsi sistem hubungan antara objek dan komoditas Baudrillard mulai merambah ke pemikiran Marxis dengan fokusnya terhadap masyarakat konsumen. Baudrillard mengadopsi pemikiran Saussure mengenai bahasa, Baudrillard melihat objek konsumsi sebagai sesuatu yang mempunyai makna tertentu dari sebarang ekspresi yang telah lebih dulu ada sebelum komoditas. Bagi Baudrillard bahasa lebih diartikan sebagai suatu sistem klasifikasi terhadap objek. Pada masyarakat konsumen kebutuhan ada karena diciptakan

oleh objek konsumsi. Objek yang dimaksud adalah klasifikasi objek itu sendiri atau sistem objek, bukan objek itu sendiri sehingga konsumsi diartikan sebagai suatu tindakan sistematis pemanipulasian tanda-tanda (*systemic act of manipulation of signs*). Mendapatkan atau mengonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa melihat faktor kebutuhan (*need*), tetapi hanya didasarkan atas keinginan (*want*) semata tanpa melihat prioritasnya.

Perilaku membeli yang berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan yang hanya bersifat semu, dirinya memiliki barang yang lebih disebabkan karena pertimbangan status. Dengan demikian apa yang dikonsumsi tersebut sebenarnya bukanlah objek itu sendiri melainkan sistem objeknya tersebut (Dermatoto, 2009). Dalam hal ini penggunaan barang tas *branded* KW yang dilakukan mahasiswa Universitas Lampung jurusan Sosiologi dapat mengakibatkan perilaku konsumtif.

#### **G. Kerangka Pikir**

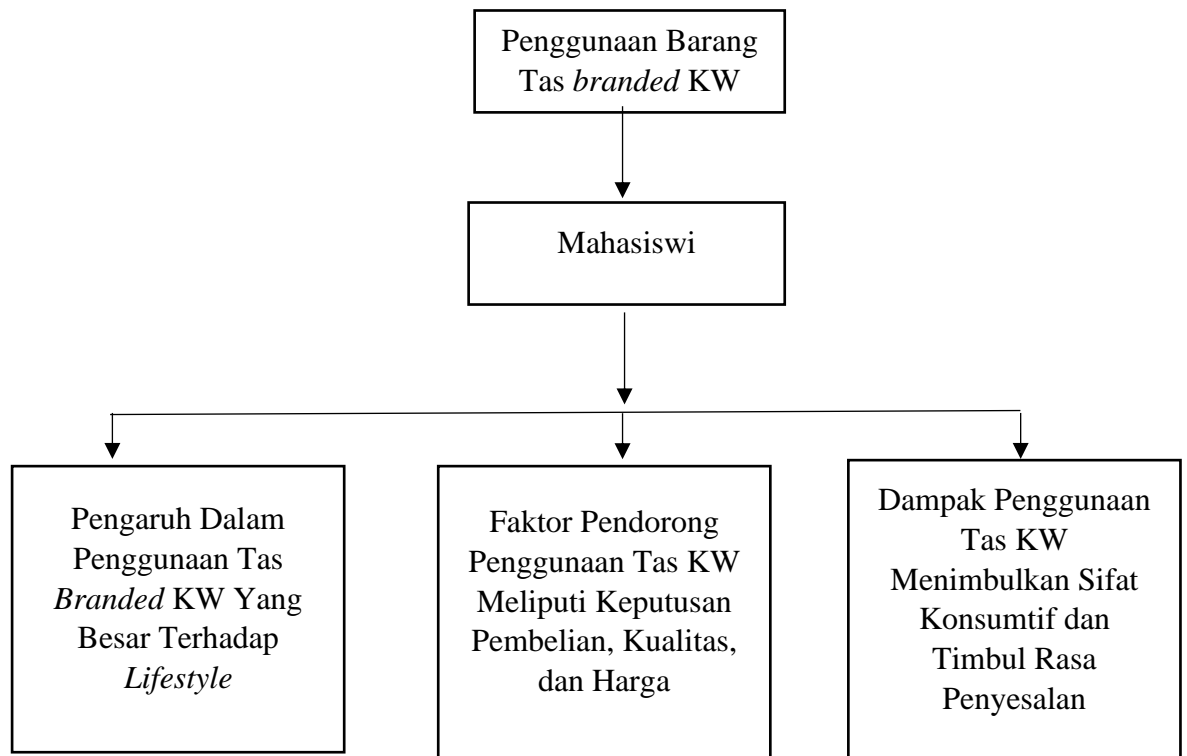
Mahasiswa merupakan individu yang memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Mahasiswa merupakan salah satu dari banyaknya masyarakat yang mengikuti perkembangan *fashion* yang ada di masyarakat, salah satunya yang menjadi fokus utama yang paling banyak disoroti mahasiswa adalah penggunaan barang tas *branded*. Banyaknya model yang beragam serta merek-merek tas ternama yang membuat banyak mahasiswa ingin memiliki tas ternama tersebut. Namun, karena tingkat ekonomi dan penghasilan mahasiswa tidaklah besar karena hanya mendapatkan pemasukan dari orang tua membuat banyak mahasiswa memilih untuk membeli barang tiruan atau barang KW. Dengan bentuk yang serupa namun dengan harga yang relatif lebih murah membuat mahasiswa lebih tertarik untuk menggunakan tas *branded* KW. Walaupun tidak dapat dipungkiri kualitas yang diberikan tidak sebagus dan serapih jahitan dari tas yang asli, namun tidak membuat para mahasiswa tidak tertarik untuk membelinya.

Selain dari faktor individu tersebut, faktor lingkungan juga dapat mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan barang tas *branded* KW tersebut. Karena faktor yang paling besar yang dapat mempengaruhi orang lain untuk membeli barang imitasi adalah orang sekitar kita yaitu teman sebayanya. Selain itu, karena perkembangan teknologi membuat banyak mahasiswa dengan mudah mendapatkan informasi seputar tempat pembelian barang tas KW ini via *online* maupun *offline store*.

Banyaknya penggunaann barang tas *brande* KW membuat banyak dampak yang negatif, yaitu menurunnya pembelian pada penjual dalam negeri. Nyatanya para penjual dalam negeri menjual tas yang kualitas dan bentuknya tak kalah bagus dan berkualitas dari merek internasional lainnya. Namun banyaknya mahasiswa tetap membeli tas KW dari merek terkenal akrena untuk gengsi semata didalam masyarakat. Karena adanya pemikiran dari mahasiswa bahwa dengan menggunakan barang yang *branded* maka membuat citra diri menjadi meningkat. Kurangnya pemahaman tentang dampak yang ditimbulkan dalam penggunaan barang imitasi dimasyarakat terkhususnya mahasiswa membuat masih banyaknya mahasiswa yang menggunakan barang imitasi tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan bagaimana faktor yang mendorong mahasiswa masih banyak yang lebih menyukai barang *branded* KW dan dampak yang ditimbulkan dalam penggunaan barang tas *branded* KW.

Adapun penelitian ini mempunyai kerangka berfikir yaitu:



**Gambar 2.** Kerangka Pikir Penelitian

## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang dapat dijadikan dasar atau acuan peneliti dalam meneliti suatu permasalahan. Dugaan sementara yang dirumuskan pada penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Hi : Ada pengaruh antara penggunaan barang tas kw terhadap gaya hidup mahasiswi

Ho' : Tidak ada pengaruh antara penggunaan barang tas kw terhadap gaya hidup mahasiswi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mixed methods*. *Mixed methods* merupakan penggabungan antara metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif. Penelitian campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif (Creswell, 2010:5). Sedangkan menurut Sugiyono (2011:18) *mix methods* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif. Penelitian ini menggunakan teknik campuran bertahap.

Menurut Creswell (2010:313), strategi ini merupakan strategi dimana peneliti menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Strategi ini dapat dilakukan dengan interview terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatif lalu diikuti dengan data kuantitatif, dalam hal ini menggunakan survey. Strategi ini menjadi tiga bagian, yaitu :

- a) Strategi eksplanatoris sekuensial. Dalam strategi ini tahap pertama adalah mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif kemudian diikuti oleh pengumpulan dan menganalisis yang dibangun berdasarkan hasil awal kualitatif. Bobot atau prioritas ini diberikan pada data kuantitatif.
- b) Strategi eksploratoris sekuensial. Strategi ini kebalikan dari strategi eksplanatoris sekuensial, pada tahap pertama peneliti mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif kemudian mengumpulkan data kuantitatif dan menganalisisnya pada tahap kedua yang didasarkan pada hasil dari tahap pertama. Bobot utama pada strategi ini adalah pada data kualitatif.

- c) Strategi transformatif sekuensial. Pada strategi ini peneliti menggunakan perspektif teori untuk membentuk prosedur-prosedur tertentu dalam penelitian. Dalam model ini peneliti boleh memilih untuk menggunakan salah satu dari dua metode dalam tahap pertama, dan bobotnya dapat diberikan pada salah satu dari keduanya.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilaksanakan di Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019 dan 2020. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut adalah karena banyaknya informan yang dapat peneliti dapatkan terkait dalam penelitian ini. Diharapkan pemilihan lokasi ini dapat memenuhi kebutuhan data yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 di Universitas Lampung Jurusan Sosiologi.

## **C. Penentuan Informan**

Informan adalah orang-orang dalam latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Penentuan informan penelitian ini dilakukan dengan teknik Penentuan informan penelitian ini dilakukan dengan teknik Snowball. Teknik snowball sampling yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017: 218-219). Pada penelitian ini peneliti membutuhkan 8 informan yang dimana masing-masing empat informan pada angkatan 2019-2020 mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi. Alasan peneliti memilih 8 informan diatas karena informan yang dipilih yaitu yang memahami betul tentang tas *branded* KW dan juga merupakan pengguna.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam

penelitian ini yaitu mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020.

**Tabel 1. Data Jumlah Mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi Angkatan 2019 dan 2020 Tahun 2022**

Angkatan	Jumlah Mahasiswi
2019	48
2020	61
Jumlah	109

*Sumber: Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Lampung Tahun 2022*

## 2. Sampel

Sampel merupakan wakil dari populasi. Tujuan pengambilan sampel guna mempermudah penelitian agar lebih efektif dan efisien. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016: 85). Menurut Sugiyono, (2016: 85) alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Sementara itu untuk menentukan sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan tingkat kepercayaan sebesar 90%. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{n}{1+N(d)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel N = Jumlah Populasi

d = Batas Toleransi Kesalahan (error)

Sampel mahasiswi jurusan Sosiologi angkatan 2019 dan 2020 sebagai berikut:

$$n = \frac{109}{1+109(0.1)^2}$$

n = 52,153 dibulatkan menjadi 52 subjek.

Berdasarkan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin diatas ditemukan hasil bahwa subjek sampel sebanyak 52 mahasiswi.

### **E. Variabel Penelitian**

Pada penelitian ini, terbagi menjadi dua variable yaitu:

- a. Variabel terikat (X) pada penelitian ini yaitu penggunaan barang tas *branded* KW.

#### **Indikator:**

1. Pemahaman/pengetahuan tentang tas *branded* KW merupakan hal yang diketahui tentang tas *branded* KW yang digunakan mahasiswi.
  2. Jenis-jenis merek tas KW merupakan merek tas *branded* KW yang pernah dibeli oleh mahasiswi.
  3. Pembelian tas KW adalah untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswi membeli tas *branded* KW dalam sebulan.
- b. Variabel bebas (Y) pada penelitian ini yaitu *lifestyle* mahasiswi.

#### **Indikator:**

1. Kegiatan yang dimaksud adalah untuk mengetahui darimana mahasiswi mengetahui tentang tas *branded* KW.
  2. Minat merupakan apa yang mahasiswi anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang.
  3. Opini merupakan cara pandang terhadap penggunaan tas *branded* KW menurut mahasiswi yang membelinya.
- c. Faktor pendorong penggunaan tas *branded* KW dikalangan mahasiswi.

#### **Fokus:**

1. Keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dalam hal ini pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika akan melakukan keputusan pembelian.



2. Kualitas merupakan hal yang diperhatikan mahasiswa dalam penggunaan tas *branded* KW dengan harga yang murah.
  3. Harga merupakan faktor pendorong utama dalam penggunaan tas *branded* KW.
- d. Dampak dari pengaruh penggunaan tas *branded* KW pada mahasiswa.

**Fokus:**

1. Sifat konsumtif merupakan dampak dari adanya penggunaan tas *branded* KW.
2. Rasa Penyesalan merupakan perasaan yang timbul dari kegiatan pembelian tas *branded* KW.

**F. Sumber Data dan Jenis Data**

Ada dua jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder :

a. Data primer

Menurut Nasution (2002), data primer adalah data yang sanggup diperoleh langsung dari lapangan atau area penelitian. Data yang diperoleh peneliti adalah dengan melaksanakan kuesioner dan wawancara bersama mahasiswa Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020 dan didapatkan data primer berupa hasil dari wawancara mendalam bersama Mahasiswa Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020 terkait masalah yang akan peneliti bahas. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai sumber informasi ialah informan untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian adalah mahasiswa aktif Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019 dan 2020 yang dilakukan pada tahun 2022.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang diambil dari sumber bacaan dan berbagai sumber lainnya yang dapat berupa jurnal, skripsi, hasil

observasi dan sebagainya.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan Data sebagai berikut:

### **a. Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dapat diberikan secara langsung atau melalui pos atau internet. Jenis angket ada dua, yaitu tertutup dan terbuka. Kuesioner yang digunakan dalam hal ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung (Sugiyono, 2008: 142). Kuesioner ini ditujukan kepada mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020.

### **b. Observasi (Pengamatan)**

Observasi adalah cara untuk menghimpun data dengan melihat atau mengobservasi objek penelitian atau momen baik berupa manusia, benda mati, maupun alam. Metode observasi ini digunakan oleh peneliti untuk melihat kondisi lingkungan dan bagaimana fenomena penggunaan tas *branded* KW dikalangan mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020, yang kemudian peneliti catat dan juga didokumentasikan.

### **c. Wawancara**

Metode wawancara ini adalah metode pengumpulan data dengan tanya jawab antara peneliti dengan informan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan pada tujuan penelitian. Pada umumnya dua orang atau lebih hadir secara fisik pada proses wawancara, dan masing-masing dari pihak dapat menggunakan metode ini secara wajar dan lancar.

Selain itu, penulis mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber nantinya terkait dengan masalah yang akan

diteliti. Wawancara ini difokuskan kepada mahasiswi aktif Universitas Lampung Jurusan Sosiologi angkatan 2019-2020 serta informan yang mengetahui tentang barang tas KW *branded*. Metode wawancara yang akan dilakukan secara *online* maupun secara langsung dengan informan.

d. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data, dengan metode melacak data atau informasi data. Agar dapat menambah data, maka peneliti melakukan penelitian dengan cara mengambil gambar/dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti jalankan sesi foto dokumentasi ketika sedang dan setelah melakukan wawancara dengan informan.

## **H. Teknik Pengolahan Data**

### **1. Tahap Editing**

Pada tahap editing, data yang diperoleh akan dicek kembali apakah ada kesalahan yang dilakukan pada saat pengisian kuesioner, baik yang tidak lengkap atau tidak jelas. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengecekan terhadap kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk menyeleksi kuesioner apakah diisi dengan benar atau tidak benar. Sehingga kuesioner yang tidak sesuai tidak digunakan dalam hasil penelitian.

### **2. Tahap Tabulating**

Pada tahap ini, hasil kuesioner dimasukkan ke dalam tabel dengan menggunakan kode-kode yang telah dibuat oleh peneliti sebelumnya. Kemudian, untuk memudahkan pembaca memahaminya, interpretasi diberikan dari bagian-bagian tabel yang sesuai atau dijelaskan secara kalimat.

### **3. Tahap Interpretasi**

Pada tahap ini, data yang diperoleh akan diinterpretasikan agar lebih mudah dipahami dan selanjutnya dibuat penarikan kesimpulan. Dalam tahap ini,

setelah data-data tersebut selesai dihitung menggunakan SPSS, kemudian hasil tabel dan hitungan diinterpretasikan dalam bentuk kalimat. Setelah itu, ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut. Pada tahap ini menggunakan Uji Validitas, Uji Realibilitas, dan Uji Korelasi Product Moment Pearson.

## **I. Teknik pengujian Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen)**

Uji instrumen penelitian digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang didapatkan dapat tercapai serta dipercaya atau tidak nantinya. Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan alat ukur. Dalam mengukur instrumen penelitian pada penelitian ini, dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden. Kemudian, untuk mendapatkan data yang lengkap serta dapat dibuktikan kebenarannya perlu dilakukan teknik pengujian instrumen, yaitu:

### **1. Uji Validitas**

Menurut Sunyoto (2011) mengatakan bahwa uji validitas adalah alat ukur yang sah atau valid dari suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk mencari validitas instrumen adalah korelasi *product moment* antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total. Semua item disusun sesuai dengan skala likert (Likert Summated Ratings). Sebuah item dianggap valid jika koefisien item berhubungan dengan total keseluruhan item atau rhitung lebih ( $>$ ) dari rtabel. Sebaliknya jika rhitung kurang ( $<$ ) dari rtabel maka item dianggap tidak valid.

### **2. Uji Reliabilitas**

Menurut Kriyantono (2014) reliabilitas adalah alat ukur yang secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama. Hasil uji ini dikatakan reliabel jika responden menjawab pertanyaan secara konsisten dan akurat. Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan

tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah model koefisien alpha cronbach. Apabila nilai Alpha lebih besar ( $>$ ) dari nilai rtabel maka angket dinyatakan reliabel. Begitupun sebaliknya, apabila alpha lebih kecil ( $<$ ) dari rtabel maka angket dinyatakan tidak reliabel.

## **J. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan metode dalam memproses data menjadi sebuah informasi. Teknik analisis data dilakukan agar peneliti mendapatkan solusi dari sebuah permasalahan penelitian yang sedang dikerjakan. Metode analisis data pada kuantitatif dengan menggunakan uji korelasi, sedangkan pada kualitatif menggunakan triangulasi.

### **1. Uji Korelasi**

Uji korelasi diartikan sebagai uji suatu hubungan. Korelasi merupakan salah satu teknik analisis data dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Uji korelasi dalam teknik analisis data sama dengan uji validitas, yang mana terdapat perbedaan dalam uji korelasi digunakan untuk mencari tahu hubungan antara variabel (X) terhadap variabel (Y), sementara uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang berupa angket atau kuesioner sah atau valid nantinya. Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, apabila rhitung lebih ( $>$ ) dari rtabel maka terdapat hubungan antara variabel (X) terhadap variabel (Y). Sebaliknya jika rhitung kurang ( $<$ ) dari rtabel maka tidak terdapat hubungan antara variabel (X) terhadap variabel (Y).

### **2. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Miles dan Huberman (1992:16)). Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau

pengkategorisasian ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi. Oleh karena itu, reduksi data perlu dilakukan sehingga data tidak bertumpuk agar tidak mempersulit analisis selanjutnya.

### **3. Penyajian Data**

Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisaikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami. Pada langkah ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

### **4. Menarik kesimpulan**

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data.

# **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Deddy Mulyana, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Djumhana, Muhammad dan R. Djubaedillah, 1997, Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori dan Prakteknya di Indonesia), Bandung, PT. Citra Aditya Bhakti.
- Engel, James F, Blackwell, dan Paul W., 2013, Perilaku Konsumen, Alih Bahasa F.X. Budiyanto, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam, 2009, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanitijo Soemitro, Ronny, 1990, Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri, Jakarta, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Jened, Rahmi, 2015, Hukum Merek dalam Era Global & Integrasi Ekonomi, Jakarta, Prenadamedia Group.
- Maulana, Insan Budi, 1999, Perlindungan Merek Terkenal di Indonesia dari Masa ke Masa, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti.
- Mayana, Ranti Fauza, 2004, Perlindungan Desain Industri di Indonesia dalam Era Perdagangan Bebas, Jakarta, Grasindo.

### **Jurnal:**

- Ansah, Ardi, 2017, Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian, Vol.1 No.2, Amwaluna.
- Asshidiqie, Fuad, 2012, “Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Crooz Di Distro Ultraa Store Semarang)”, Undip, Semarang.
- Dewanthi, Desyra Sukma, 2008, Pengaruh Faktor Sosial Dan Personal Terhadap Sikap Dan Keinginan Konsumen Untuk Membeli Barang Fashion Tiruan (Counterfeited Fashion Goods).(Jakarta: Universitas Indonesia).
- Dinawan, R. M., 2010, “Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume IX, No.3, Desember 2010, Halaman 335 – 369, Undip, Semarang.
- Efendi, J., & Baidun, A. (2019). Faktor-Faktor Psikologis Yang Mempengaruhi



Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan. TAZKIYA: Journal of Psychology, 3(2). <https://doi.org/10.15408/tazkiya.v20i2.9177>

- Farid Ma'ruf. "*Hukum Barang KW (Tiruan)*". dalam <https://konsultasi.wordpress.com>, diunduh pada 1 April 2017.
- Filayati, M. F dan Rois Arifin, 2015, Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada produk Inspired27 di Distro Inspired Store Malang), Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islam Malang.
- Goseldia, Octora Kurnia, 2011, Analisis Varian Pengaruh Interaksi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Blackberry di Kota Semarang), Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Ika, Aprillia, 2017, Studi: Tingkat Pemalsuan Barang di Indonesia di Angka Mengkhawatirkan, Kompas.com.
- Nanda Amelia. *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Imitasi*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016.
- Nurchahya Dwi Putra, Fajar, 2014, *Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Perbuatan Pelanggaran Merek*, Jurnal Ilmu Hukum Mimbar Keadilan, Edisi Januari-Juni.
- Pradana, Adhitya, 2010, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota (Studi pada Pengguna Pembeli Mobil Toyota Avanza di Kota Semarang), Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Putri, Vellypo A., 2016, Pengaruh Desain Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Crocs Imitasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri), Fakultas Ekonomi, UN PGRI Kediri.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L., 2008, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Index.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Tresna, T. (2013). *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa FIS UNY pada Klinik Kecantikan*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Trihandayani, Zaleha dan Ahmad A.A., 2017, Harga, Kualitas Produk, dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas KW Cartier Di Kalangan Mahasiswa Sebagai Penunjang Penampilan Kuliah. Volume 8 No.03 Desember, Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini.
- Yoestinidad Eva Sheila Rahma, 2007, "Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson Di Kota Semarang)", Jurnal. Sains Pemasaran Indonesia. Volume VI. No.3. Desember 2007. Hal. 261 – 276. Undip. Semarang.