

## **RASIONALITAS DAN MATERIALISME SEBAGAI PREDIKTOR KONSUMSI HEDONIS**

**Oktrisa Kezia Yuliana Ngantung & Rahmat Hidayat**

**Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta**

### **INTISARI**

Konsumsi hedonis adalah salah satu aspek dalam perilaku konsumen yang berkaitan erat dengan pengalaman seseorang dengan suatu produk, yang melibatkan aspek *multisensory*, *fantasy*, dan *emotive*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran rasionalitas dan materialisme dalam memprediksi konsumsi hedonis. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 150 mahasiswa yang ada di Yogyakarta. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa rasionalitas dan materialisme dapat bersama-sama memprediksi konsumsi hedonis ( $p=0,000$ ), dengan sumbangan efektif sebesar 12,9%. Secara parsial, rasionalitas memberikan sumbangan efektif sebesar 1,8% dan materialisme memberikan sumbangan efektif sebesar 11,1%. Rasionalitas dan konsumsi hedonis tidak menunjukkan hubungan yang signifikan, sedangkan materialisme dan konsumsi hedonis menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan.

**Kata kunci :** Rasionalitas, Materialisme, Konsumsi Hedonis

***RATIONALITY AND MATERIALISM AS A PREDICTOR OF HEDONIC  
CONSUMPTION***

**Oktrisa Kezia Yuliana Ngantung & Rahmat Hidayat**  
**Faculty of Psychology Universitas Gadjah Mada Yogyakarta**

***ABSTRACT***

*Hedonic consumption is one of the consumer behavior facets which is related to the multisensory, fantasy and emotive aspects of one's experience with a product. This research aims to predict hedonic consumption as a dependent variables by using rationality and materialism as the independent variables. The participants were 150 undergraduate students in Yogyakarta. Multiple regression analysis showed that rationality and materialism could be the predictors of hedonic consumption ( $p=0,000$ ) with the effective contribution of 12,9%. The effective contribution of each variable showed that the rationality contributed 1,8% and the materialism contributed 11,1%. The relation between rationality and hedonic consumption is not significant. The relation between materialism and hedonic consumption is positive and significant.*

***Keywords:*** *Rationality, Materialism, Hedonic Consumption.*