

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perilaku konsumsi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat karena berkaitan dengan bagaimana individu menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam ilmu ekonomi, perilaku konsumsi menggambarkan tindakan individu dalam mengalokasikan pendapatan yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Seiring dengan perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi informasi, pola konsumsi masyarakat juga mengalami perubahan yang cukup signifikan. Konsumsi tidak lagi hanya didasarkan pada pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang berkembang di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendapatan dan gaya hidup.¹

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah tingkat pendapatan yang dimiliki individu. Pendapatan merupakan sejumlah penghasilan yang diterima seseorang dari hasil pekerjaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Semakin tinggi tingkat

¹ Sinta Tambunan, Nofinawati, and Hamni Fadlilah Nasution, "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidimpuan)" 01 (2022): 375–89.

pendapatan seseorang maka semakin besar pula kemampuan individu tersebut dalam melakukan kegiatan konsumsi terhadap barang dan jasa. Bagi pegawai pemerintah daerah, pendapatan yang diterima setiap bulan memungkinkan mereka memiliki kemampuan konsumsi yang relatif stabil dibandingkan dengan pekerja sektor informal. Oleh karena itu, tingkat pendapatan dapat mempengaruhi bagaimana individu menentukan prioritas pengeluaran dan pola konsumsi dalam kehidupan sehari-hari.

Selain pendapatan, perkembangan media sosial juga memberikan pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi, tetapi juga menjadi media promosi yang sangat efektif dalam memperkenalkan berbagai produk dan jasa. Informasi mengenai tren gaya hidup, fashion, makanan, maupun produk tertentu yang tersebar melalui media sosial dapat mempengaruhi minat dan keputusan pembelian seseorang. Paparan informasi yang terus menerus melalui media sosial dapat mendorong individu untuk mengikuti tren konsumsi yang berkembang di masyarakat.²

Selain itu, gaya hidup juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Gaya hidup menggambarkan pola hidup individu yang tercermin dari aktivitas, minat, serta cara individu menggunakan waktu dan uang dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan gaya

² Adelia Putri, Siti Syuhada, and Hidayatul Arief, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA Negeri 11 Kota Jambi" 9 (2025): 14706–16.

hidup masyarakat modern menyebabkan individu cenderung mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sosialnya. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan konsumsi seseorang karena individu sering kali melakukan konsumsi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial maupun untuk menunjukkan identitas diri.³

Normalisasi gaya hidup konsumsi di kalangan aparaturnya menyebabkan produk non-esensial dipersepsikan sebagai kebutuhan sehari-hari, sehingga batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi kabur. Tuntutan penampilan profesional serta penyesuaian sosial di lingkungan kerja mendorong konsumsi rutin terhadap produk fashion, kosmetik, dan layanan digital. Kondisi ini diperkuat oleh pendapatan yang memberikan rasa aman finansial, serta paparan media sosial yang membentuk standar gaya hidup tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi melalui pembentukan gaya hidup, di mana konten digital dan kemudahan transaksi melalui dompet elektronik mendorong konsumsi tidak terencana demi mengikuti tren. Selain itu, norma sosial digital dan rekomendasi online memperkuat keputusan konsumsi pada produk fashion dan kuliner. Data pengeluaran konsumsi riil per kapita Indonesia tahun 2025 yang mencapai sekitar Rp12,8 juta per tahun mencerminkan peningkatan konsumsi non-esensial. Secara keseluruhan,

³ Yulia Safitri Lahagu and Aliman Syahuri Zein, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z Di Kota Padangsidimpuan Dengan Pendapatan Orang Tua Sebagai Variabel Moderating" 2, no. 1 (2023) hal 661-672.

pendapatan, tuntutan sosial-profesional, dan media sosial bersama-sama menormalisasi konsumsi gaya hidup aparaturnya pemerintah perempuan.⁴

Kemudahan belanja daring dan sistem pembayaran digital yang diperkuat oleh promosi media sosial mendorong peningkatan konsumsi impulsif akibat melemahnya kontrol rasional konsumen. Belanja online dan pembayaran digital memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, praktis, dan instan, sehingga sering kali mengurangi proses pertimbangan yang matang sebelum membeli. Selain itu, promosi media sosial yang bersifat personal, visual, dan berulang-ulang memperkuat dorongan emosional konsumen, sehingga keputusan pembelian lebih banyak didasarkan pada impuls dibandingkan kebutuhan nyata. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa perilaku belanja impulsif dalam belanja daring dipengaruhi secara signifikan oleh intensitas interaksi digital, di mana semakin tinggi keterlibatan konsumen dengan media sosial dan platform e-commerce, semakin besar kecenderungan pembelian tanpa perencanaan. Studi lain mengungkapkan bahwa dalam ekosistem seperti TikTok Shop, algoritma, konten interaktif, dan tekanan sosial digital memicu pembelian spontan saat konsumen sedang berselancar. Literatur ilmiah juga menegaskan bahwa iklan terpersonalisasi, rekomendasi otomatis, dan pembayaran instan secara digital mempercepat

⁴ Hasrin, A., & Sidik, S. (2023). Tren kecantikan dan identitas sosial: analisis konsumsi kosmetik dan objektifikasi diri di kalangan perempuan kota palopo. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 2023, 12 (4): 740-757 <https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71618>

keputusan pembelian dan meningkatkan konsumsi impulsif di era e-commerce modern.⁵

Media sosial berperan penting dalam menormalisasi konsumsi non-esensial dengan membentuk persepsi bahwa produk gaya hidup seperti fashion, kosmetik, dan layanan digital merupakan kebutuhan sehari-hari, bukan sekadar keinginan. Paparan konten gaya hidup, influencer, serta iklan digital yang muncul secara intens dan berulang membentuk standar konsumsi baru yang dianggap wajar dalam kehidupan sehari-hari. Mekanisme personalisasi algoritma membuat individu terus terpapar produk serupa, sehingga memperkuat anggapan bahwa konsumsi non-esensial adalah bagian dari rutinitas. Penelitian kuantitatif di Indonesia menunjukkan bahwa paparan konten fashion di media sosial seperti TikTok dan Instagram berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi pengikutnya, bahkan mampu menjelaskan sebagian besar variasi perilaku konsumsi responden. Studi empiris lainnya juga menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi di platform marketplace, yang menandakan efektivitas promosi digital dalam mendorong pembelian tidak terencana. Selain itu, penelitian tentang generasi pekerjaan menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial, interaksi dengan influencer, dan dominasi konten visual mendorong konsumsi yang dipengaruhi oleh aspirasi

⁵ Noprella Azura Zeta, Muhammad Najib, Erwin Permana, dan Lazarus Sinaga, “ Analisis Perilaku Belanja Impulsif Generasi Z di TikTok Shop ,” *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah* , Vol. 3, No.3, 2024, <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i3.1968>

sosial dan pembentukan identitas digital, bukan semata pertimbangan kebutuhan rasional.⁶

Konsep ini juga dapat dilihat pada perempuan yang bekerja sebagai pegawai pemerintah daerah. Perempuan pegawai pemerintah memiliki karakteristik sosial ekonomi yang cukup stabil karena memperoleh pendapatan tetap setiap bulan serta memiliki lingkungan sosial yang beragam dalam tempat kerja. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dalam publikasi Kota Padang Dalam Angka 2024, jumlah Pegawai Negeri Sipil di lingkungan Pemerintah Kota Padang mencapai 7.522 orang, yang terdiri dari 2.139 pegawai laki-laki dan 5.383 pegawai perempuan. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pegawai perempuan di lingkungan pemerintah Kota Padang lebih besar dibandingkan pegawai laki-laki.⁷

Selain itu, secara keseluruhan jumlah aparatur sipil negara di Pemerintah Kota Padang juga cukup besar. Pada tahun 2024, Pemerintah Kota Padang mencatat jumlah pegawai di lingkungan pemerintahan sekitar 15.331 orang yang terdiri dari PNS, PPPK, dan tenaga honorer yang bekerja di berbagai instansi pemerintah daerah. Pemerintah Kota Padang mencatat bahwa pada tahun 2025 jumlah aparatur sipil negara mencapai sekitar 15.340 pegawai, yang terdiri dari PNS dan Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian

⁶ Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. (2022). Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>

⁷ Alfianto, *Kota PADANG DALAM ANGKA Padang Municipality in Figures*, ed. Alfid Junaidy et al. (Kota Padang, n.d.).

Kerja (PPPK). Jumlah pegawai yang cukup besar tersebut menunjukkan bahwa sektor pemerintahan menjadi salah satu sektor pekerjaan yang dominan di Kota Padang.⁸

Fenomena sosial yang dapat dilihat di lingkungan kelurahan di Kota Padang menunjukkan bahwa semakin banyak perempuan yang bekerja sebagai pegawai pemerintahan. Perempuan yang bekerja di instansi kelurahan memiliki pendapatan sehingga dapat membantu memenuhi kebutuhan keluarga sekaligus kebutuhan pribadi. Dalam kehidupan sehari-hari, pegawai perempuan juga dituntut untuk menjaga penampilan serta menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja, misalnya melalui cara berpakaian, penggunaan produk perawatan diri, dan mengikuti gaya hidup tertentu. Kondisi ini secara tidak langsung mempengaruhi konsumsi perilaku mereka karena sebagian pengeluaran tidak hanya digunakan untuk kebutuhan pokok, tetapi juga untuk menunjang penampilan dan aktivitas sosial di lingkungan kerja.⁹

Selain itu, perkembangan media sosial dan lingkungan pergaulan di tempat kerja juga dapat mempengaruhi pola konsumsi pegawai perempuan. Informasi mengenai tren fashion, kosmetik, dan gaya hidup yang banyak muncul di media sosial sering menjadi referensi bagi perempuan dalam menentukan pilihan konsumsi. Dengan adanya pendapatan yang dimiliki, pegawai perempuan cenderung lebih mudah melakukan pembelian terhadap

⁸ Diskominfo Kota Padang. Jumlah ASN Pemkot Padang Capai 15.340 Pegawai.

⁹ Riskiyatul Umami and Nurchayati, "Gambaran Perilaku Konsumsi Pada Perempuan Dewasa Awal, Sebuah Life History," 2011, 1–6.

berbagai produk yang dianggap dapat mendukung penampilan sekaligus meningkatkan rasa percaya diri. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi perempuan yang bekerja tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh faktor gaya hidup dan pengaruh lingkungan sosial.¹⁰

Kota Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat terdiri dari 11 kecamatan, yaitu Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kecamatan Lubuk Begalung, Kecamatan Padang Selatan, Kecamatan Padang Timur, Kecamatan Padang Barat, Kecamatan Padang Utara, Kecamatan Nanggalo, Kecamatan Kuranji, Kecamatan Pauh, dan Kecamatan Koto Tengah.

Tabel 1.1 Jumlah Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah per Kecamatan di Kota Padang

No	Kecamatan di Kota Padang	Jumlah Pegawai Perempuan
1.	Bungus Teluk Kabung	30
2.	Lubuk Kilangan	34
3.	Lubuk Begalung	69
4.	Padang Selatan	47
5.	Padang Timur	55
6.	Padang Barat	42
7.	Padang Utara	51
8.	Nanggalo	54
9.	Kuranji	56
10.	Pauh	51
11.	Koto Tengah	62
Jumlah		551

Sumber: Badan Kepegawaian Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BKPSDM) Kota Padang, 2026.

¹⁰ Binta Kayyisa Hummaira and Heidy Arviani, “Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perempuan Di Kota Surabaya Pengguna Konten Tiktok #Outfitideas” VII, no. 2 (2024): 21–39.

Berdasarkan tabel 1.1 terdapat jumlah pegawai perempuan di 11 kecamatan yang totalnya 551 orang yang data diambil dari Badan Kepegawaian dan Pengembangan SDM di Kota Padang.¹¹ Banyaknya jumlah pegawai perempuan di lingkungan pemerintah daerah menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran yang cukup besar dalam sektor pemerintahan. Dengan adanya pendapatan, akses terhadap informasi melalui media sosial, serta pengaruh gaya hidup dalam lingkungan sosial dan pekerjaan, perempuan pegawai pemerintah memiliki kecenderungan tertentu dalam menentukan pola konsumsi mereka. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh pendapatan, media sosial, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi perempuan pegawai pemerintah daerah tingkat kelurahan di Kota Padang untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi pola konsumsi pegawai perempuan pemerintah dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian mengenai perilaku konsumsi telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Penelitian pertama menemukan bahwa perilaku konsumsi pegawai perempuan dipengaruhi oleh budaya, religiusitas, dan konsep diri.¹² Selanjutnya, penelitian lain menunjukkan bahwa perilaku konsumsi Islam dipengaruhi oleh

¹¹ Badan Kepegawaian Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BKPSDM) Kota Padang, (di akses pada tanggal Senin, 13 April 2026)

¹² Husnia, Z. (2021). *Analisis Perilaku Konsumtif Pegawai Wanita Muslimah Kabupaten Padang Lawas*. <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/el-Buhuth/article/view/3477>

penggunaan digital payment pada masa pandemi Covid-19. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa perkembangan teknologi pembayaran dapat menentukan keputusan konsumsi seseorang.¹³ Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian berikutnya menemukan bahwa perilaku konsumsi Islam juga dipengaruhi oleh penggunaan ShopeePay Later yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi.¹⁴ Selain faktor teknologi, penelitian lainnya menunjukkan bahwa perilaku konsumsi wanita karier dipengaruhi oleh konformitas atau kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya.¹⁵ Kemudian, penelitian selanjutnya menemukan bahwa perilaku konsumsi wanita bekerja dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis yang mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan demi memperoleh kesenangan dan kepuasan.¹⁶

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor sosial, psikologis, maupun perkembangan teknologi. Namun, penelitian yang mengkaji “pengaruh pendapatan, media sosial dan gaya hidup terhadap

¹³ Siska Dwi Puspitasari And Rachma Indrarini, “Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19” 4, no. 2011 (2021): 64–74.

¹⁴ Farah Dilla Wanda Damayanti and Clarashinta Canggih, “Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Lataer Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya” 7, no. 03 (2021): 1905–15.

¹⁵ Ardani, DA (2023). *Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Fashion secara Online pada Wanita Karir* . Arus Jurnal Pendidikan.
<https://doi.org/10.57250/ajup.v3i2.243>

¹⁶ Putri, SM, Mahardayani, IH, & Ahyani, LN (2022). *Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis* . Jurnal Psikologi Perseptual.

perilaku konsumsi pegawai perempuan pemerintah daerah di kecamatan lubuk begalung” masih terbatas, sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan. Judul ini diteliti karena terdapat meningkatnya perilaku konsumsi di kalangan perempuan pegawai pemerintah daerah di kecamatan lubuk begalung yang diduga dipengaruhi oleh pendapatan, media sosial, dan gaya hidup. Perubahan perilaku konsumsi tersebut tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, tetapi juga dengan tuntutan sosial dan profesional di lingkungan kerja. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui secara empiris pengaruh pendapatan, media sosial, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi pegawai perempuan pemerintah daerah di Kecamatan Lubuk Begalung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas agar lebih terarahnya penelitian ini, maka peneliti fokusnya pada:

1. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah di Kecamatan Lubuk Begalung?
2. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah di Kecamatan Lubuk Begalung?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah di Kecamatan Lubuk Begalung?

4. Apakah pendapatan, media sosial dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah di Kecamatan Lubuk Begalung?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini difokuskan pada Kecamatan Lubuk Begalung karena wilayah ini memiliki jumlah pegawai perempuan, baik yang berstatus PNS maupun PPPK yang relatif tinggi dibandingkan kecamatan lainnya, sehingga dianggap representatif untuk mengkaji perilaku konsumsi. Adapun pemilihan responden hanya pada perempuan didasarkan pada pertimbangan bahwa perempuan umumnya memiliki peran yang lebih dominan dalam pengambilan keputusan konsumsi, baik untuk kebutuhan pribadi maupun rumah tangga, serta lebih responsif terhadap pengaruh gaya hidup dan media sosial. Sementara itu, laki-laki tidak dijadikan fokus penelitian agar penelitian lebih terarah dan spesifik, sehingga hasil analisis dapat menggambarkan perilaku konsumsi secara lebih mendalam pada kelompok yang dianggap paling relevan dengan variabel yang diteliti. Selain itu, perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial di wilayah ini cukup tinggi sehingga relevan untuk meneliti pengaruh pendapatan, media sosial, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi pegawai perempuan pemerintah daerah di kecamatan lubuk begalung.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mencoba menjawab beberapa pertanyaan pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah di Kecamatan Lubuk Begalung.
2. Untuk mengetahui media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah di Kecamatan Lubuk Begalung.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah di Kecamatan Lubuk Begalung.
4. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Pegawai Perempuan Pemerintah Daerah di Kecamatan Lubuk Begalung.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam beberapa aspek, baik dari segi teori, maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu ekonomi, khususnya ekonomi mikro perilaku dan konsumsi sosiologis, dengan menitikberatkan pada perilaku konsumsi berbasis gaya hidup di sektor publik. Penelitian ini melengkapi literatur

akademik dengan mengintegrasikan faktor pendapatan tetap, pengaruh media sosial, dan gaya hidup dalam menjelaskan perilaku konsumsi pegawai perempuan pemerintah daerah di kecamatan lubuk begalung wilayah perkotaan. Selain itu, penelitian ini memperluas penerapan teori konsumsi simbolik, teori perilaku konsumen, serta konsep rasa aman finansial semu dalam konteks aparatur pemerintah yang memiliki pendapatan rutin. Temuan penelitian ini diharapkan mampu memperjelas mekanisme perubahan batas antara kebutuhan dan keinginan akibat modernisasi, urbanisasi, dan digitalisasi konsumsi. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji perilaku konsumsi aparatur negara, perempuan pekerja, maupun masyarakat perkotaan dalam perspektif ekonomi dan sosial yang lebih komprehensif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemerintah daerah, khususnya dalam merumuskan kebijakan pembinaan aparatur yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dan pengendalian perilaku konsumsi. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penyusunan program peningkatan literasi keuangan, perencanaan keuangan jangka panjang, serta edukasi konsumsi rasional bagi pegawai perempuan pemerintah daerah. Selain itu, penelitian ini dapat membantu aparatur pemerintah memahami faktor-faktor sosial dan ekonomi yang

mempengaruhi pola konsumsi mereka, sehingga mendorong kesadaran untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Bagi institusi pendidikan dan peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi empiris dalam studi perilaku konsumsi di sektor publik. Secara lebih luas, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada upaya menciptakan gaya hidup aparatur pemerintah yang lebih berkelanjutan, seimbang, dan bertanggung jawab secara finansial.

F. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun proposal penelitian ini, peneliti membagi ke dalam tiga bab. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan berisi uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian, seperti teori perilaku konsumsi, pendapatan, media sosial, dan gaya hidup, serta memuat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian. Metode penelitian membahas tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, teknik analisis data.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan. Analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum objek penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V : Kesimpulan Dan Saran. Kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran berisi himbauan penulis kepada pembaca atau agar saran yang diuraikan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

