



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELAS SOSIAL: GAYA HIDUP, DAYA BELI DAN TINGKAT KONSUMSI (Literature Review MSDM)

Ardiva Zakia¹, Asri Ayu Adisti², Aulia Asmarani³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: ardivazakia21@gmail.com

²Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: asria9748@gmail.com

³Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: auliaasmarani332@gmail.com

Korespondensi Penulis: Ardiva Zakia¹

Abstrak: Riset terdahulu atau riset yang relevan sangat penting dalam suatu riset atau artikel ilmiah. Riset terdahulu atau riset yang relevan berfungsi untuk memperkuat teori dan penomena hubungan atau pengaruh antar variabel. Artikel ini mereview Faktor-faktor yang mempengaruhi Kelas Sosial, yaitu: Gaya Hidup, Kelas Sosial dan Tingkat Konsumsi, suatu studi literatur Manajemen Sumber daya Manusia. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah literature review. Tujuan penulisan artikel ini guna membangun hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan pada riset selanjutnya. Hasil artikel literature review ini adalah: 1) Gaya hidup berpengaruh terhadap Kelas sosial; 2) Kelas sosial berpengaruh terhadap Kelas sosial; dan 3) Tingkat konsumsi berpengaruh terhadap Kelas sosial.

Kata Kunci: Kelas Sosial, Gaya Hidup, Kelas Sosial, Tingkat Konsumsi

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kelas sosial dalam perilaku konsumen sangat terlihat jelas di masyarakat seperti pembelian barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen. Pembelian pada status sosial yang paling rendah dalam kelas sosial biasanya lebih sedikit dibanding pembelian pada status sosial yang paling tinggi dalam kelas sosial. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kelas sosial sangat berpengaruh dalam kemampuan pembelian.

Orang-orang yang termasuk ke dalam status sosial paling tinggi sangat mudah untuk memenuhi kebutuhan primer maupun tersier. Berbeda dengan orang-orang yang termasuk ke dalam status sosial paling rendah yang terasa sulit untuk memenuhi kebutuhan primernya. Sehingga kemampuan-kemampuan pembelian tersebut membentuk gaya hidup dan tingkat konsumsi.

Hal yang sama juga dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2007) yang menyebutkan bahwa kelas sosial mengacu pada pendapatan atau daya beli. Selain itu, (Lugones Botell et

al., 1997) juga berpendapat bahwa suatu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Berdasarkan pengalaman empirik banyak mahasiswa dan author yang kesulitan dalam mencari artikel terdahulu atau sebagai penelitian yang relevan. Artikel yang relevan di perlukan untuk memperkuat teori yang di teliti, untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel dan membangun hipotesis. Artikel ini membahas pengaruh gaya hidup, daya beli, dan tingkat konsumsi terhadap kelas sosial, suatu studi literature review dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu:

- 1) Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Gaya Hidup?
- 2) Apakah Daya Beli berpengaruh terhadap Gaya Hidup?
- 3) Apakah Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial?

KAJIAN PUSTAKA

Kelas Sosial

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) menyebutkan bahwa kelas sosial diartikan sebagai pembagian anggota sosial menuju hirarki kelas status yang nyata, dimana anggotanya terdiri dari beberapa kelas yang memiliki status relatif sama dan anggota status lainnya memiliki status lebih tinggi dan rendah. Pendapat lain menyebutkan bahwa kelas sosial merupakan strata yang secara relatif permanen di kehidupan sosial dengan perbedaan status, kekayaan, posisi, dan nilai. (Mowen dan Minor, 1998 (dalam Sumarwan, 2011:265).

Menurut Engel, et. al (1995) (dalam Sumarwan, 2011:265) mengemukakan bahwa kelas sosial juga bergantung pada sosial pada individual yang menyangkut aspek nilai keluarga, gaya hidup, kesenangan, dan perilaku yang dapat dikategorikan. Kelas sosial pada umumnya terdiri dari tiga dimensi, yaitu kelas atas, kelas menengah, dan kelas kebawah dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang. Selain itu, terdapat pula Sembilan variabel yang menentukan kelas sosial seseorang yang digolongkan kedalam 3 kategori yaitu:

- a) Ekonomi yang meliputi pekerjaan, pendapatan, dan kekayaan.
- b) Interaksi yang meliputi prestis individu, asosiasi, dan sosialisasi.
- c) Politik yang meliputi kekuasaan, kesadaran kelas, dan mobilitas.

Secara teori banyak indikator yang dapat mempengaruhi kelas sosial, menurut Damiati (2017) menyatakan bahwa indikator-indikator yang dapat mempengaruhi kelas sosial adalah:

- 1) Pekerjaan. Pertanyaan tentang jenis pekerjaan yang dilontarkan saat seseorang bertemu dengan orang lain menunjukkan keingintahuan seseorang untuk menyimpulkan kelas sosialnya. Pekerjaan sangat erat hubungannya dengan pendidikan dan penghasilan. Pekerjaan memberikan status bagi dirinya. Jenis pekerjaan yang dilakukan seseorang dan jenis individu yang bekerja dari waktu ke waktu juga secara langsung berpengaruh pada nilai, gaya hidup, dan semua aspek yang menyangkut proses konsumsi.
- 2) Pendidikan. Pendidikan merupakan ukuran langsung dari status. Makin tinggi tingkat pendidikan seseorang, makin tinggi posisi sosialnya dalam sebagian besar masyarakat. Umumnya, makin tinggi tingkat pendidikan seseorang, makin tinggi penghasilannya. Pendidikan tidak hanya memberikan status, tetapi juga mempengaruhi selera, nilai, dan gaya pengolahan informasi seseorang.
- 3) Pendapatan. Pendapatan merupakan ukuran yang paling tradisional, baik untuk mengukur daya beli maupun status. Pendapatan yang merupakan refleksi tingkat kesejahteraan,

secara jelas dapat memberikan status. Hal itu juga menunjukkan pola konsumsi seseorang.

Paul B. Harton (1984:26) juga mengemukakan faktor yang menyebabkan seseorang tergolong kedalam suatu kelas sosial tertentu disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

- a) Kekayaan dan penghasilan,
- b) Pekerjaan, dan
- c) Pendidikan.

Kelas Sosial ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Sumarga & Lestari, 2019), (Muna, 2014), dan (Suryani, 2004).

Gaya Hidup

Menurut Dr. Sudaryono (2014:152), gaya hidup merupakan pola hidup yang menentukan bagaimana seseorang memilih untuk menggunakan waktu, uang, dan energi dan merefleksikan nilai-nilai, rasa, dan kesukaan. Suwarman (2014:45) juga mengemukakan bahwa gaya hidup sering kali digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini dari seseorang. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dapat cepat mengganti modal dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.

Sedangkan menurut Setiadi (2010:148), gaya hidup didefinisikan sebagai, cara hidup yang didefinisikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Peter dan Olso (2000) mengemukakan bahwa gaya hidup diukur dengan bertanya kepada konsumen tentang :

- a) Kegiatan mereka (pekerjaan, hobi, liburan)
- b) Minat (keluarga, pekerjaan, komunitas), dan
- c) Opini (tentang isu sosial, politik, bisnis).

Ujang Sumarwan (2014:47) juga berpendapat mengenai indikator gaya hidup, diantaranya:

- 1) Belanja. Salah satu kegiatan “membeli” di toko atau retail yang dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan mereka.
- 2) Keluarga. Beberapa orang yang terkumpul dan tinggal di suatu tempat di bawah suatu atap dalam keadaan saling ketergantungan.
- 3) Diri sendiri. Pandangan seseorang tentang dirinya sendiri yang menyangkut apa yang ia ketahui dan rasakan tentang perilakunya.
- 4) Isu sosial. Sesuatu yang terdapat pada diri kita sendiri yang terkadang membuat kita berbuat sesuatu yang tidak ingin kita lakukan, kita melakukannya hanya untuk mendapatkan pengakuan, atau sebaliknya, membuat kita tidak melakukan sesuatu karena dianggap bisa menurunkan gengsi.

Gaya Hidup sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Safura Azizah, 2020), (Sumarga & Lestari, 2019), dan (Padly, 2021).

Daya Beli

Daya Beli menurut Putong (2003) adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu dalam periode tertentu. Selain itu, Kotler dan Keller (2009) juga mengemukakan pendapatnya bahwa daya beli adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Musyawirah (2016), ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur daya beli konsumen, metode tersebut antara lain:

- 1) Sistem keluhan dan saran

- 2) Organisasi yang berpusat konsumen memberikan kesempatan yang luas kepada konsumen untuk menyampaikan saran atau keluhan misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan lain-lain.
- 3) Ghost Shopping
- 4) Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

Daya Beli sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Pramutoko, 2021), (Bella et al., 2016), dan (Abdul et al., 2016).

Tingkat Konsumsi

Menurut Samuelson dan Nordhaus (2001), arti dari konsumsi yaitu pengeluaran yang dilakukan untuk memenuhi pembelian barang dan jasa akhir guna untuk mendapatkan kepuasan ataupun memenuhi kebutuhannya. Gregory Mankiw (2007) juga berpendapat bahwa Tingkat Konsumsi adalah pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Yang dimaksud dengan barang adalah barang rumah tangga yang sifatnya tahan lama meliputi, perlengkapan, kendaraan, dan barang yang tidak tahan lama, contohnya makanan dan pakaian.

Menurut Suparmoko (1998) terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi konsumsi selain dari pendapatan, meliputi:

- 1) Selera. Konsumsi masing-masing individu berbeda meskipun individu tersebut mempunyai umur dan pendapatan yang sama, hal ini disebabkan karena adanya perbedaan selera pada tiap individu.
- 2) Faktor sosial ekonomi . Sebagai contoh umur, pendidikan, dan keadaan keluarga juga mempunyai pengaruh terhadap pengaluaran konsumsi. Pendapatan akan tinggi pada kelompok umur muda dan mencapai puncaknya pada umur pertengahan dan akhirnya turun pada umur tua.
- 3) Kekayaan. Kekayaan secara eksplisit maupun implisit sering dimasukkan dalam fungsi agregat sebagai faktor yang menentukan konsumsi. Seperti dalam pendapatan permanen yang dikemukakan oleh Friedman, Albert Ando dan Franco Modigliani menyatakan bahwa hasil bersih dari suatu kekayaan merupakan faktor penting dalam menentukan konsumsi.
- 4) Keuntungan atau Kerugian Capital. Keuntungan capital yaitu dengan naiknya hasil bersih dari kapital akan mendorong tambahnya konsumsi, sebaliknya dengan adanya kerugian kapital akan mengurangi konsumsi.
- 5) Tingkat Bunga. Ahli-ahli ekonomi klasik menganggap bahwa konsumsi merupakan fungsi dari tingkat bunga. Khususnya mereka percaya bahwa tingkat bunga mendorong tabungan dan mengurangi konsumsi.
- 6) Tingkat Harga. Sejauh ini dianggap konsumsi riil merupakan fungsi dari pendapatan riil. Oleh karena itu naiknya pendapatan nominal yang disertai dengan naiknya tingkat harga dengan proposi yang sama tidak akan merubah konsumsi riil.

Tingkat Konsumsi sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Hanum, 2017), (Muhammad Abdul Halim, 2018.), dan (Mulyana, 2012)

Tabel 1: Penelitian terdahulu yang relevan

No	Author (tahun)	Hasil Riset terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
	A Haetami (2019)	Pengaruh Home Industry Ikan Asin Terhadap Daya Beli	Kelas Sosial berpengaruh terhadap	Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi

	E. Agustina (2019)	(Studi Pada Produsen Ikan Asin di Desa Panimbangjaya-Pandeglang)	daya beli.	berpengaruh terhadap Kelas Sosial.
	E. Agustina (2019)	Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Phy Shop, di Desa Bae Bendo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus)	Gaya Hidup berpengaruh terhadap Kelas sosial.	Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial.
	O Arifudin, et. al, (2021)	Pengaruh Kelas Sosial, Pengalaman dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Kartu Kredit.	Gaya Hidup berpengaruh terhadap Kelas sosial.	Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial.
4	R Padly (2020)	Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup, dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah	Gaya Hidup berpengaruh terhadap Kelas sosial.	Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial.
	SM Nokadianti (2014)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Lingkungan dan Pengetahuan Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi.	Kelas Sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.	Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial.
	Y Aini , et. al, (2016)	Pengaruh Penurunan Harga Karet Mentah Terhadap Daya Beli Masyarakat di Pasar Desa Pasir Jaya	Kelas Sosial berpengaruh terhadap daya beli.	Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan kajian pustaka (Library Research). Mengkaji teori dan hubungan atau pengaruh antar variabel dari buku-buku dan jurnal baik secara *offline* di perpustakaan dan secara *online* yang bersumber dari Mendeley, Scholar Google dan media online lainnya.

Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali & Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review* ini dalam konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia adalah:

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kelas Sosial

Gaya hidup adalah pola seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Mariani Shosana Giantara & Santoso, 2014).

Gaya Hidup berpengaruh terhadap kelas sosial, dimana dimensi atau indikator gaya hidup yaitu bagaimana konsumen menghabiskan waktunya. Dalam aktivitas terdapat beberapa indikator yaitu aktivitas saat bekerja dsan aktivitas saat liburan. *Interest* atau minat yaitu tingkat keinginan atau perhatian atas pilihan yang dimiliki. Dalam *interest* terdapat beberapa indikator yaitu keinginan pada produk dan minat terhadap *fashion*. *Opinion* atau pendapat digunakan untuk mendeskripsikan, penafsiran, harapan dan evaluasi. Dalam *opinion*

terdapat beberapa indikator yaitu kesesuaian harga produk dan kepuasan terhadap produk berpengaruh terhadap dimensi atau indikator kelas sosial. (Agustina, E., 2019).

Untuk meningkatkan kelas sosial dengan memperhatikan gaya hidup, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah mengukur kelas sosial dari sudut status sosial yaitu dengan membatasi setiap kelas sosial dengan banyaknya status yang dipunyai para anggota dibandingkan dengan yang dipunyai para anggota kelas lainnya. (Sari, I. W., 2017).

Gaya hidup berpengaruh terhadap kelas sosial, apabila gaya hidup di persepsikan baik oleh pelanggan atau konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas perspektif internal yang melibatkan karakteristik pola pikir, perasaan, dan persepsi atau konsep diri mereka terhadap Kelas Sosial, (Wuryanti, L., & Zahara, Y., 2019).

Gaya hidup berpengaruh terhadap kelas sosial, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustina, E., 2019), (Wuryanti, L., & Zahara, Y., 2019), dan (Sari, I. W., 2017).

Pengaruh Daya Beli terhadap Kelas Sosial

Daya beli berpengaruh terhadap kelas sosial, dimana dimensi atau indikator kelas sosial masyarakat sangat erat hubungannya dengan pendapatan masyarakat, apabila tingkat pendapatan masyarakat tinggi maka akan berpengaruh pada tingkat daya beli masyarakat, pendapatan masyarakat erat hubungannya dengan pekerjaan yang dilakukan. Ketidakstabilan pendapatan masyarakat dari pekerjaannya berpengaruh pada daya beli masyarakat tersebut berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Kelas sosial kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarkis dan anggota-anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku mirip. (A'ini, Y., & Jannah, W., 2016).

Untuk meningkatkan kelas sosial dengan memperhatikan kelas sosial, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah memperoleh barang yang dikehendaki atau diperlukan permintaan individu yang menginginkan suatu barang dengan kemampuan mereka membayar harganya dan berusaha membelinya, dimana banyaknya kesatuan barang yang akan dibeli oleh pembeli pada bermacam-macam tingkat harga dalam jangka waktu dan syarat tertentu. (Haetami, A., 2019).

Kelas sosial berpengaruh terhadap kelas sosial, apabila kelas sosial di persepsikan baik oleh pelanggan atau konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas suatu produk barang atau jasa atau dapat pula diartikan sebagai tahap terakhir dari suatu proses keputusan pembelian yang kompleks pada kelas sosial, (Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R., 2020)

Kelas sosial berpengaruh terhadap Kelas sosial, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (A'ini, Y., & Jannah, W., 2016), (Haetami, A., 2019), dan (Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R., 2020).

Pengaruh Tingkat konsumsi terhadap Kelas sosial

Tingkat konsumsi berpengaruh terhadap kelas sosial, dimana dimensi atau indikator gaya hidup. Pengeluaran konsumsi masyarakat merupakan salah satu variabel makroekonomi. Setiap masyarakat tidak terlepas dari kegiatan konsumsi yang dilakukan guna untuk memperoleh kepuasan atas penggunaan barang dan jasa serta mencapai tingkat kemakmuran yang berpengaruh terhadap dimensi atau indikator kelas sosial mempunyai hubungan yang erat, sebagaimana yang dikatakan Kadariah (2002) pendapatan dan kekayaan merupakan faktor penentu utama dalam konsumsi. (Indrianawati, E., & Soesatyo, Y., 2015).

Untuk meningkatkan kelas sosial dengan memperhatikan tingkat konsumsi, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah tanpa membedakan apakah dasar pembagian

kelas itu uang, tanah, kekuasaan, atau dasar lainnya dimana perilaku konsumen antara kelas sosial yang satu akan sangat berbeda dengan kelas lain, karena golongan sosial ini menyangkut aspek-aspek sikap yang berbeda. (S Yanti, JH Matsum, N Asriyanti., 2014).

Tingkat konsumsi berpengaruh terhadap kelas sosial, apabila gaya hidup di persiapkan baik oleh pelanggan atau konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumsi kelas sosial, (Narmaditya, B. S., 2013)

Tingkat konsumsi berpengaruh terhadap kelas sosial, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Indrianawati, E., & Soesatyo, Y., 2015), (Sri Yanti, Junaidi, H.Maksum, Nuraini Asriyanti., 2014), dan (Narmaditya, B. S., 2013).

Conceptual Framework

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.

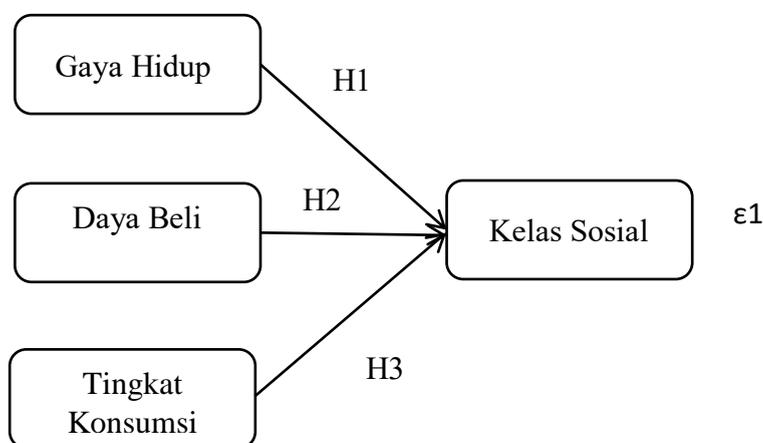


Figure 1: Conceptual Framework

Berdasarkan gambar conceptual framework di atas, maka: Gaya hidup, Kelas sosial, dan Tingkat konsumsi berpengaruh terhadap Kelas sosial.

Selain dari tiga variabel exogen ini yang mempengaruhi Kelas sosial, masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

- 1) Budaya: (Bahari & Ashoer, 2018), (Dr. Vladimir, 1967), dan (Mariani Shosana Giantara & Santoso, 2014)
- 2) Keputusan pembelian: (Ayu & Widiastuti, 2011), (PRABANCONO, 1967), dan (Susanti et al., 2017)
- 3) Harga: (Mariani Shosana Giantara & Santoso, 2014), (Wuryanti & Zahara, 2019), dan Xian, Gou Li, 2011)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat di rumuskan Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat di rumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

1. Gaya hidup berpengaruh terhadap Kelas Sosial. Status sosial paling tinggi dalam kelas sosial biasanya lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan primer maupun tersier dalam hidupnya. Berbeda pada status sosial paling rendah dalam kelas sosial yang biasanya sulit dalam memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut yang membuat terbentuknya gaya

hidup dan kemampuan dalam pembelian biasanya berpengaruh dalam gaya hidup. Misalnya pada status sosial paling tinggi dalam kelas sosial biasanya memiliki gaya hidup tinggi karena memiliki kemampuan pembelian yang tinggi. Sebaliknya pada status sosial paling rendah yang memiliki gaya hidup rendah karena kemampuan pembelian yang juga rendah.

2. Daya beli berpengaruh terhadap Kelas Sosial. Status sosial paling tinggi biasanya memiliki kemampuan daya beli yang tinggi. Sebaliknya, status sosial paling rendah biasanya memiliki kemampuan daya beli yang rendah. Sehingga, status sosial dalam kelas sosial menentukan daya beli seseorang.
3. Tingkat konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial. Status sosial paling tinggi memiliki kemampuan daya beli dan gaya hidup yang tinggi sehingga mempunyai tingkat konsumsi yang tinggi pula. Sebaliknya, status sosial paling rendah memiliki kemampuan daya beli dan gaya hidup yang rendah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumsi berpengaruh terhadap kelas sosial.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kelas sosial, selain dari gaya hidup, kelas sosial, dan 33 pada semua tipe dan level organisasi atau perusahaan, oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain apa saja yang dapat memengaruhi Kelas sosial selain yang variabel yang di teliti pada artikel ini. Faktor lain tersebut seperti budaya, keputusan pembelian, dan harga.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul, D., Mubarak, A., Studi, P., Sekolah, M., Ilmu, T., Indonesia, E., & Beli, M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen*. 15(3), 61–76.
- Agustina, E. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Phy Shop, Di Desa Bae Bendo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Haetami, A. (2019). *Pengaruh Home Industry Ikan Asin Terhadap Daya Beli (Studi Pada Produsen Ikan Asin di Desa Panimbangjaya-Pandeglang)* (Doctoral dissertation, UIN SMH BANTEN).
- Ayu, N. D. D., & Widiastuti, T. (2011). Pengaruh Faktor Kebudayaan , Sosial , Pribadi dan Psikologi terhadap Perilaku Pembelian. *Jurnal Aset*, 13(1693-928X), 165–174. file:///D:/JURNAL (KEEP)/82-Article Text-221-1-10-20190125.pdf
- A'ini, Y., & Jannah, W. (2016). Pengaruh Penurunan Harga Karet Mentah Terhadap Daya Beli Masyarakat di Pasar Desa Pasir Jaya. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 5(2), 125-132.
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 87-98.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 69–78. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4839>
- Bella, N., Shahnaz, F., Manajemen, J., Ekonomi, F., Semarang, U. N., & Artikel, I. (2016). *Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online*. 389–399.
- Dr. Vladimir, V. F. (1967). 濟無No Title No Title No Title. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Hanum, N. (2017). *Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa*. 1(2), 107–116.

- Indrianawati, E., & Soesatyo, Y. (2015). Pengaruh tingkat pendapatan dan pengetahuan ekonomi terhadap tingkat konsumsi mahasiswa program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3(2), 214-226.
- Lugones Botell, M., Quintana Riverón, T. Y., & Cruz Oviedo, Y. (1997). Amor, sexo, cultura y sociedad. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 13(5), 512-517.
- Mariani Shosana Giantara, & Santoso, J. (2014). Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(1), 111-126.
- Muhammad Abdul Halim. (n.d.). *Teori Ekonomika edisi 1,,, hlm. 47.*
- Mulyana, M. (2012). *Inisiasi iv MENGANALISIS PERILAKU KONSUMEN*. 29-34.
- Muna, N. (2014). Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri ANALISIS PENERAPAN METODE. *Ekonomi Akuntansi*, 01(08), 1-13.
- Padly, R. (2021). Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan). *Skripsi*.
- PRABANCONO, A. (1967). ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEBUDAYAAN, GAYA HIDUP, DAN KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BATIK DI PUSAT GROSIR SOLO (PGS) Disusun. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.
- Pramutoko, B. (2021). *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan) Pengaruh Pemilihan Lokasi , Daya Beli Konsumen dan Suasana terhadap Keputusan Pedagang Kaki lima Berjualan di Jalan H . O . S Cokroaminoto Kota Kediri*. 6(2), 73-85.
- Safura Azizah, N. (2020). Rasuma Putri, N. M. D., & Rahyuda, H. (2017). c. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 9, 3407. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i09.p09> Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi . *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92-101.
- SARI, I. W. (2017). *PENGARUH GAYA HIDUP, KELAS SOSIAL, DAN KEPERIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PONDOK PERMATA SUCI DI PT. BUMI LINGGA PERTIWI* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Sumarga, H. E., & Lestari, S. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Dynamic Management*, 3(2), 76-89.
- Suryani. (2004). *Kelas Sosial dan Gaya Hidup Materialisme pada Remaja SMU di Jakarta Selatan*. 17.
- Susanti, G. A., Qomariah, N., & Anwar. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 2(2), 154-167.
- Wuryanti, L., & Zahara, Y. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, Harga Dan Kelas Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffeshop Kedai Kopi Pacar Hitam Lampung. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(1), 1-9. <https://core.ac.uk/download/pdf/353678276.pdf>
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660-669.
- Yanti, S., Matsum, J. H., & Asriati, N. (2014). Pengaruh Penguasaan Konsep Ekonomi dan Status Sosial Ekonomi Orangtua terhadap Pola Perilaku Konsumsi Siswa. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 3(12).