

STUDI KASUS PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA TATA RIAS

Arfia Dian Ayu Prayodha

Jurusan Psikologi FIP Universitas Negeri Surabaya
(Arfiap@mhs.unesa.ac.id)

Siti Ina Savira, S.Psi, M.ed.CP

Dosen Psikologi FIP Universitas Negeri Surabaya
(inasavira@unesa.ac.id)

Abstrak

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku pembelian barang atau jasa yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional tetapi juga untuk memenuhi keinginan semata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif pada mahasiswa tata rias. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data penelitian didapat dengan teknik wawancara semi terstruktur dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan partisipan sebanyak tiga mahasiswa dengan kriteria mahasiswa tata rias perempuan yang telah dipilih melalui angket yang disebar di jurusan tata rias universitas x angkatan 2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga mahasiswa memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang bervariasi. Terdapat persamaan dan perbedaan yang menunjukkan perilaku konsumtif yang bervariasi. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif para partisipan juga bervariasi dan terdapat upaya lebih untuk memenuhi perilaku konsumtif pada masing-masing partisipan.

Kata Kunci: Perilaku konsumtif, Mahasiswa

Abstract

Consumptive behavior is a behavior of purchasing goods or services which are no longer based on rational considerations but also to fulfill the desire only. This study aims to determine the behavior of consumers in cosmetology student. This study used a qualitative approach with case study method. The technique used in this research is semi structured interview and analyzed using descriptive analysis. This study uses three students as participant with the criteria of female cosmetology students who have been selected through questionnaires distributed in the x university of cosmetology department batch 2014. The results showed that all three students had varying tendencies in consumer behavior. There are similarities and differences that show varying consumer behavior. Factors that influence the consumptive behavior of participants also vary and there are more efforts to fulfill consumptive behavior in each participant.

Keywords: Consumptive behavior, students

PENDAHULUAN

Pusat perbelanjaan modern dan *online shop* dewasa ini berkembang sangat pesat. Terbukti dengan bertambahnya jumlah *mall-mall* besar di kota-kota dan daerah serta banyaknya akun-akun toko *online* dan aplikasi *marketplace* yang semakin beragam. Hal ini akan membuat seseorang lebih mudah mendapatkan barang yang diinginkan. Akibatnya, akan menggeser keberadaan pasar tradisional yang tidak mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan modern dan *online shop*.

Semakin mudahnya akses untuk mendapatkan barang dan jasa mempengaruhi masyarakat (dalam hal ini yaitu konsumen) untuk melakukan kegiatan berbelanja. Kegiatan berbelanja adalah sesuatu yang menyenangkan,

menguntungkan dan membawa manfaat lebih sekaligus menjadi media rekreasi bagi sebagian besar masyarakat. Hal ini menjadi bukti bahwa berbelanja telah mengalami pergeseran fungsi. Pada awalnya belanja hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi seiring berjalannya waktu, belanja tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok yang diperlukan, namun belanja dapat pula menunjukkan status sosial seseorang. Belanja merupakan gaya hidup tersendiri yang bahkan menjadi suatu kegemaran oleh sejumlah orang (Haris, 2005).

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang paling rentan terhadap dampak perkembangan zaman. Dalam kehidupan para mahasiswa telah mengenal gaya hidup yang modis, hal itu dapat terlihat dari cara mereka mengenakan barang-barang atau pun pakaian

yang bermerk dan tidak menutup kemungkinan barang-barang tersebut kebanyakan didapat dari belanja di *mall* dengan harga yang mahal dibandingkan dengan barang-barang yang dijual di luar *mall*.

Menurut Syamila (2015) mahasiswa cenderung mengikuti tren terbaru. Hal ini dikarenakan pesatnya perkembangan teknologi zaman sekarang memudahkan masyarakat Indonesia terutama kaum muda (termasuk mahasiswa) dalam mengakses informasi tentang gaya hidup yang mereka inginkan. Misalnya seorang mahasiswa mempunyai pakaian yang masih layak pakai tetapi demi memenuhi keinginannya untuk mengikuti tren terbaru, mahasiswa membeli pakaian tersebut agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Perilaku semacam ini disebut perilaku konsumtif yakni ketika seseorang mempunyai hasrat untuk meng-konsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan demi kepuasan pribadi.

Salah satu kelompok mahasiswa yang mengikuti *trend fashion* adalah mahasiswa Jurusan Tata Rias angkatan 2014, hal ini terlihat dari mencoloknya cara berpakaian dan penampilan yang cenderung glamor. Kecenderungan mahasiswa yang mengikuti *trend* sehingga berdampak terhadap status sosial mahasiswa di kampus. Berdasarkan fenomena tersebut dapat memicu terjadinya kompetisi di kalangan mahasiswa yang menunjukkan status sosialnya melalui *fashion*. Semakin *fashionable* penampilan yang mereka tunjukkan maka status sosial yang dimilikinya menunjukan bahwa mereka berada pada kelas menengah ke atas.

Sebagian besar mahasiswa tata rias merupakan perempuan dan perempuan memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Artaya dan Pusworusmiadi (2015) yang menunjukkan bahwa perempuan memiliki kecenderungan untuk ber-perilaku konsumtif. Hasil dari penelitian tersebut di beberapa pusat perbelanjaan terlihat bahwa Surabaya Plaza sangat disukai oleh gender perempuan kelompok usia di atas 35 tahun menunjukkan prosentase tertinggi yaitu 71%. Sedangkan Giant Maspion Square sangat disukai oleh gender perempuan kelompok usia di atas 35 tahun dengan prosentase sebesar 58%. Sedangkan kelompok usia gender perempuan 25 – 35 tahun sangat suka datang ke Plaza Marina dengan prosentase tanggapan sebesar 41%.

Hal tersebut didukung pula pada data hasil survei tahun 2014 yang dilakukan Tokopedia, yang menunjukkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi mendominasi jumlah pembelian, jumlah penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia. Adapun rata-rata dari barang yang dibelanjakan terdiri dari produk kecantikan dan kesehatan, pakaian, fashion, aksesoris, dan gadget. Hasil

survei menunjukkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi dengan persentase 66,28% sebagai masyarakat konsumtif dengan durasi belanja yang dapat mencapai 3 kali dalam seminggu. Sedangkan laki-laki yang mayoritasnya mahasiswa hanya berjumlah 33, 72% (Tokopedia.com).

Perilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan seperti sifat boros, yang menghamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata. Melihat dengan jumlah uang kiriman dari orang tua yang besar akan muncul keinginan yang kuat untuk mencoba hal-hal baru yang membuat mahasiswa semakin konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari ditemplatkannya faktor tren, sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk, hampir tidak memperhatikan masalah harga ataupun kebutuhan dan membuat mahasiswa menjadi konsumtif (Astria, 2015).

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Teknik Tata Rias Universitas Negeri Surabaya. Mahasiswa tersebut memiliki perilaku yang mengikuti gaya hidup kebarat-baratan di mana mereka tidak lagi hanya sebagai seorang terpelajar yang berkewajiban menuntut ilmu namun juga mengalami perubahan diri akibat pengaruh lingkungan dan globalisasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui minat belanja dan tingkat intensitas belanja partisipan, alokasi dana yang berkaitan dengan penggunaan dana untuk berbelanja, sumber alokasi dana belanja partisipan, dan sumber pendapatan alokasi dana belanja dan barang yang sering dibelanjakan oleh partisipan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh partisipan penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2014). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode studi kasus yaitu metode yang mencoba untuk melihat suatu kasus dari beberapa sumber data yang dapat mengungkap kasus tersebut. Penelitian studi kasus adalah suatu model yang menekankan pada pengembangan dari suatu sistem yang terbatas pada satu atau beberapa kasus secara mendetail yang melibatkan beragam sumber informasi dengan melakukan pengambilan data secara mendalam (Herdiansyah, 2010).

Penelitian yang akan dilakukan secara spesifik diarahkan dalam penggunaan studi kasus, menggunakan observasi dan wawancara.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Surabaya Jurusan Teknik Tata Rias Angkatan 2014 dengan alasan karakteristik penelitian berada di lokasi tersebut. Penelitian dilakukan di kampus, di kos partisipan, dan di kafe yang sudah disepakati dengan partisipan. Jenis teknik analisis data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah analisis deskriptif.

PARTISIPAN PENELITIAN

Partisipan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu membuat pertimbangan atau kriteria agar partisipan yang diteliti dapat memberikan data sesuai dengan tujuan penelitian.

Kriteria partisipan yang ditentukan oleh peneliti, yaitu:

1. Mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif yang dipilih melalui angket berdasarkan hasil skor tertinggi.
2. Mahasiswi jurusan Teknik Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya angkatan 2014
3. Berjenis kelamin perempuan.
4. Bersedia untuk menjadi partisipan penelitian dengan mengisi *Informed Consent*.

Proses pencarian partisipan ini juga mendapat bantuan dari *key person* agar mendapatkan partisipan yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan peneliti, termasuk bantuan dari partisipan penelitian itu sendiri.

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah tiga partisipan, berikut identitas partisipan pada penelitian ini:

Tabel. 3.1 *Identitas Partisipan Penelitian*

No	Inisial	Usia	Jenis Kelamin	Kota tinggal
1	PI	22 tahun	Perempuan	Kediri
2	DN	23 tahun	Perempuan	Surabaya
3	WP	22 tahun	Perempuan	Lamongan

Partisipan pertama adalah PI, mahasiswa tata rias berusia 22 tahun yang tinggal di kost. Ibunya juga seorang perias sehingga dia memilih untuk kuliah tata rias. PI sangat memperhatikan penampilan. Hal tersebut membuatnya selalu *up to date* dalam hal *fashion*. Sehingga dia selalu ingin berbelanja ketika ada barang *fashion* yang baru.

Partisipan kedua yaitu DN. DN juga merupakan mahasiswa tata rias. Dia berusia 23 tahun. Di Surabaya, DN tinggal bersama dengan orang tuanya. DN sangat suka perawatan. Dia rajin sekali pergi ke salon atau klinik kecantikan untuk perawatan, walaupun dalam hal lain seperti *fashion* dia juga tidak mau ketinggalan.

Partisipan ketiga adalah WP. Mahasiswa tata rias berusia 22 tahun juga, sama seperti PI. WP suka menghabiskan uangnya untuk membeli makanan mahal. Dia sering menghabiskan uangnya untuk jajan daripada *fashion*, tetapi WP juga tetap mengikuti perkembangan *fashion* seperti teman-teman yang lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa gambaran perilaku konsumtif pada partisipan memiliki kecenderungan yang berbeda. Pada partisipan PI, perilaku konsumtif muncul dalam bentuk pembelian barang-barang yang berhubungan dengan pakaian dan kosmetik yang bermerk, hal tersebut sesuai dengan (Deliarnov, 2005) hasrat yang besar untuk memiliki barang-barang produk bergengsi. PI membeli sepatu *flatshoes* merek vnc dengan harga Rp.600.000,- sementara temannya hanya menggunakan sepatu fladeo dengan harga Rp.200.000,- dan merek dibawahnya atau tidak terlalu mahal. Sementara pada partisipan DN, perilaku konsumtif muncul dalam bentuk perawatan di salon kecantikan. DN rutin melakukan perawatan yang membutuhkan biaya yang melebihi kemampuannya jika hanya mengandalkan uang saku. Sehingga DN melakukan *parttime job* untuk mencukupi kebutuhan tersebut. Selanjutnya yaitu WP yang memunculkan perilaku konsumtif dalam hal kebutuhan kuliner. WP tidak segan untuk membeli makanan yang mahal. Hal ini ia lakukan juga ketika ia tidak memiliki uang. Ia akan meminta dibelikan oleh pacar ataupun temannya. Selain dalam hal kuliner, WP juga mahasiswa yang tidak mau ketinggalan trend mode seperti mahasiswa tata rias pada umumnya. Sesuai dengan Lina dan Rosyid (1997) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana (boros) tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

Bentuk perilaku konsumtif partisipan yang terus dilakukan secara berulang hampir tanpa kontrol. PI pergi ke *mall* hampir setiap hari. Meskipun demikian, hasil penelitian tidak menunjukkan sepenuhnya karakteristik perilaku konsumtif yang eksekutif, PI pergi ke *mall* hanya untuk jalan-jalan dan terkadang hanya membeli makanan kecil. PI mempunyai sifat yang mudah bosan, apabila sudah 1 bulan membeli barang mahal kemudian melihat teman yang mempunyai barang *branded* lain di internet, PI rela menjual hp untuk membeli barang yang diinginkan. Partisipan lain seperti DN juga berbeda

dengan kebanyakan mahasiswa UNESA ia senang melakukan perawatan kulit hidup glamor tersebut dilakukan secara rutin dan terus menerus. DN bisa dikatakan menghabiskan uangnya untuk hal-hal mewah. Pun demikian dengan WP kurang lebih serupa gaya hidupnya yang glamor ditunjukkan dengan membeli makanan-makanan mahal seperti di restoran atau kafe. Padahal bagi mahasiswa UNESA kebanyakan hal tersebut jarang atau bahkan hampir tidak pernah dilakukan. Kegemarannya mendatangi tempat-tempat mewah dan bergengsi terkadang membuat ia mengajak pacarnya apabila uang sakunya dianggap mulai menipis sehingga WP tidak perlu mengeluarkan uang untuk bisa nongkrong atau makan.

PI memiliki intensitas berbelanja tinggi, dilihat dari seberapa sering ia membeli barang, misalnya membeli tas 4 kali dalam sebulan dan berbelanja online sebanyak 3-5 kali dalam sebulan. Alasannya adalah PI sangat mengikuti *trend* dan penampilannya harus selalu *up to date*. PI membeli barang yang sebenarnya dia sudah memilikinya. Seperti tas yang hanya ia gunakan untuk menyesuaikan warna baju yang ia pakai. Bahkan PI membeli beberapa tas sekaligus. Selain itu, PI juga hanya membeli karena merasa tertarik dengan penampilan barang saat di toko yang menurutnya lucu, bukan karena ia membutuhkannya. Kadangkala PI hanya membeli barang karena adanya diskon ataupun promo. Fitriyani N., dkk (2013) kelompok memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa menjadikan kelompok sebagai referensi dalam usahanya untuk berkonformitas dengan kelompok tersebut. Hal tersebut dilakukan supaya mahasiswa atau individu dapat diterima di suatu kelompok. Hal ini sesuai dengan perilaku PI yang dipengaruhi oleh faktor kelompok anutan. Lingkungannya sangat mendukung kebiasaan PI yang membuatnya menjadi semakin sering berbelanja. Jika PI berbelanja dengan teman-temannya, PI merasa lebih boros. Selain faktor kelompok anutan, faktor keluarga juga menjadi pendorong PI untuk berbelanja karena ibunya sering mengajaknya untuk berbelanja. Berbelanja bisa membuat PI merasa senang dan puas karena bisa memenuhi keinginannya, dan ketika dia mengikuti *trend*, dia akan merasa kepercayaan dirinya meningkat. Menurut Gumulya dan Widiastuti (2013) mahasiswa sekarang ini memiliki ketertarikan yang cukup besar untuk mengikuti 'mode' yang beredar di pasaran yang menyebabkan mahasiswa membeli tanpa memperhatikan kegunaan barang tersebut.

Tresna (2013) menyatakan bahwa seiring berjalannya waktu keinginan untuk tampil cantik dipahami sebagai pemenuhan kebutuhan sehingga perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa pada klinik kecantikan pun tanpa terasa telah ada di pola pikir

mahasiswa yang melakukan perawatan di klinik kecantikan. Seperti yang terjadi pada DN, setiap bulan DN ke salon atau klinik kecantikan untuk melakukan perawatan sebanyak 3-4 kali. Setiap kali perawatan membutuhkan biaya hingga Rp.300.000,- sehingga DN setiap bulannya menghabiskan uang untuk melakukan perawatan sekitar Rp.1.200.000,- Selain perawatan, DN juga menghabiskan uangnya untuk berbelanja ke *mall*. DN pergi ke *mall* rata-rata tiga kali dalam sebulan. Selain ke *mall* DN juga sering berbelanja online yang dilakukan hamper setiap minggu. DN selalu mengikuti perkembangan *trend fashion*. Menurut Tresna (2013) salah satu dampak positif perilaku konsumtif pada klinik kecantikan adalah menambah rasa percaya diri. Seperti yang terjadi pada DN, bagi DN ketika dia bisa mengikuti *trend* dan perawatan, dia akan merasa percaya diri. Apalagi dengan hobinya perawatan, dia percaya bahwa kliennya untuk rias akan lebih yakin terhadapnya.

WP suka sekali membeli makanan. Setiap makan, dia akan membeli makanan di tempat yang mahal dimana uang yang digunakan sekali makan sekitar bisa mencapai Rp.200.000,-. WP juga sering berbelanja makanan melalui online. Ketika dia tidak memiliki uang yang cukup, dia akan meminta pacarnya untuk mentraktirnya makan. WP selalu mencoba tempat-tempat makan atau kafe baru yang belum pernah ia coba. Ketika WP makan di tempat-tempat mewah, WP akan menambah kepercayaan dirinya. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Fitriyani, N. dkk. (2013) yang menyebutkan bahwa dampak dari perkembangan di Indonesia membawa gaya hidup bermewah-mewahan yang mendorong munculnya perilaku konsumtif. Menurutnya, mahasiswa sebagai remaja juga terpengaruh dengan perkembangan tersebut. Selain dalam hal makanan, WP juga selalu mengikuti perkembangan *fashion* seperti teman-temannya. Seperti yang dikatakan oleh Tambingon (2018) bahwa mahasiswa untuk bisa diakui oleh teman-temannya adalah dengan cara mengikuti *trend* yang ada, apalagi mahasiswa perempuan yang sangat memperhatikan penampilan. Hal ini sesuai dengan lokasi penelitian dimana jurusan tata rias merupakan jurusan yang sebagian besar mahasiswanya adalah perempuan yang cenderung mengikuti perkembangan *trend fashion* dan kecantikan. Mahasiswa cenderung menghabiskan banyak uang untuk membeli perlengkapan make up dan *fashion*, mudah dipahami bahwa mahasiswa tata rias cenderung ke kosmetik karena ada kaitan dengan tugas kuliahnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga partisipan penelitian ini menampilkan gambaran perilaku konsumtif yang bervariasi, terdapat persamaan dan perbedaan kecenderungan perilaku konsumtif dari partisipan. Selain itu faktor-faktor yang membuat mereka

menampilkan perilaku tersebut juga berbeda, meskipun ada beberapa kesamaan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif terjadi pada partisipan karena pemberian uang saku dari orang tua yang dapat dibelikan sesuatu yang sifatnya lebih dari cukup kemudian partisipan memanfaatkan uang saku tersebut untuk pembelian barang produk yang kurang manfaat (*wasteful buying*) dan uang dimanfaatkan untuk mengisi waktu luang dalam kegiatan konsumsi. Bagi partisipan perilaku konsumtif secara tidak sadar telah menjadikan konsumsi sebagai pusat aktivitas kehidupan pribadi maupun sosial dengan hasrat yang kuat akan materi, selalu ingin berbelanja demi untuk meningkatkan rasa percaya diri, citra diri, prestige, dan gengsi dalam pergaulan hidup sehari-hari.

Munculnya perilaku konsumtif dari partisipan karena mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhannya. Besarnya pengeluaran partisipan yang dihabiskan untuk transaksi membeli produk kosmetik, produk pakaian maupun produk kuliner merupakan pengorbanan yang dihabiskan guna mendapatkan kepuasan pribadi dalam berpenampilan diri serta agar diterima dilingkungan pergaulannya.

Penelitian kepada tiga partisipan menunjukkan bahwa ada persamaan dan perbedaan kecenderungan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh partisipan. Persamaannya yaitu partisipan sama-sama ingin meningkatkan kepercayaan diri dengan membeli barang yang sedang *trend* supaya tidak ketinggalan jaman. Sedangkan perbedaannya yaitu kecenderungan pembelian barang.

Saran

1. Bagi partisipan
 - a. Setiap mahasiswa hendaknya bisa mengontrol diri dalam melakukan pembelian (berbelanja) yang sifatnya irasional, dan sebelum berbelanja atau melakukan kegiatan konsumsi hendaknya membuat perencanaan terlebih dahulu sehingga tidak terjebak ke arah perilaku konsumtif (pemborosan).
 - b. Diharapkan mahasiswa tidak mudah tergiur oleh strategi pemasaran barang produk, dan pertimbangkan terlebih dahulu sebelum berbelanja barang sehingga tidak terjebak perilaku pembelian yang sifatnya impulsif. Mengingat tujuan mahasiswa untuk berkuliah adalah menuntut ilmu apalagi mahasiswa yang dari luar kota hendaknya

mempertimbangkan keuangan agar lebih bermanfaat.

- c. Mahasiswa diharapkan mampu memanfaatkan waktu luang untuk kegiatan yang bermanfaat jangan sampai mengeluarkan uang untuk kegiatan konsumsi yang sifatnya tidak penting.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat terus menggali informasi mengenai perilaku konsumtif khususnya pada mahasiswa maupun dengan partisipan yang mempunyai karakteristik lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Astriana, S., (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji*. Tanjungpinang.
- Deliarnov. (2005). *Perkembangan pemikiran ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang*. Jurnal Psikologi, 12(1), 1-14.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). *Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Jurnal Psikologi Esa Unggul, 11(01).
- Haris. (2005). *Konsumerisme* . <http://www.freewebs.com/kolektifbunga/konsumerisme.htm>. diakses pada tanggal 20 Maret 2017
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lina & Rosyid. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri*. Jurnal psikologi. Universitas Gajah Mada.
- Moleong. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (rev. ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syamila, A. (2015). *Saat Perilaku Konsumtif Menjadi Budaya Remaja*. <http://Ahdasyamila.M.Kompasiana.Com/Ahdasyamil.Com/Saat-Perilaku-Konsumtif-Menjadi-Budaya-Remaja>. Diakses pada tanggal 21 maret 2017
- Tambingon, J., Tasik, F., & Purwanto, A. (2018). *Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi di Kota Manado*. Jurnal Administrasi Publik, 1(043).
- Tresna, T. A. J. (2013). *Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FIS UNY pada klinik kecantikan*.

Universitas Negeri Yogyakarta: Fakultas Ilmu
Sosial.