

**PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA BIMBINGAN DAN KONSELING DENGAN
PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR FKIP UHAMKA
ANGKATAN 2017**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi

Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh

Siti Qodariah

1601015012

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bimbingan dan
Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA
Angkatan 2017

Nama : Siti Qodariah

NIM : 1601015012

Setelah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi, dan direvisi sesuai saran
penguji.

Program Studi : Bimbingan dan Konseling

Falkutas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Hari : Sabtu

Tanggal : 7 November 2020

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	: Dr. Asni., M.Pd, Kons		15/11/2021
Sekretaris	: Dony Darma Sagita., M.Pd		15/11/2021
Pembimbing	: Nurmawati., M.Pd		09/11/2021
Penguji I	: Dr. Hj. Titik Haryati., M.Pd		17/11/2021
Penguji II	: Dra. Fitniwilis., M.Pd		19/11/2021

Disahkan oleh
Dekan.


Dr. Desvian Bandarsyah., M.Pd
NIDN: 03.1712.6903

ABSTRAK

Siti Qodariah. *Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA Angkatan 2017*. Skripsi. Jakarta: Program Studi Bimbingan dan Konseling Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, 2020.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masalah perilaku konsumtif yang umumnya banyak terjadi di kehidupan mahasiswa meliputi pembelian produk mementingkan *branded* dari pada fungsi produk yang dikonsumsi dan cara mahasiswa mengisi waktu luang lebih sering bergaul ke tempat yang *trending* yaitu *cafe* dan mall. Kecenderungan yang dilakukan mahasiswa ini secara berlebihan menjadi masalah. Terkadang dalam pembelian produk tanpa pertimbangan rasional atau bukan didasari oleh kebutuhan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA angkatan 2017.

Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif komparatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 553 orang. Sampel penelitian diambil 10% dari populasi penelitian diperoleh sebanyak 86 orang, terdiri 43 mahasiswa bimbingan dan konseling dan mahasiswa pendidikan guru sekolah dasar berjumlah 43 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu, teknik *Simple Random Sampling*.

Data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan homogen sehingga ditetapkan teknik analisis data nonparametrik dengan uji hipotesis *U-test* (*Mann-Whitney*). Berdasarkan hasil perhitungan *U-test* (*Mann-Whitney*) diperoleh bahwa $Z_{hitung} < Z_{tabel}$. (-1,101 < 1,96) berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan perilaku konsumtif mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA Angkatan 2017.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Mahasiswa Bimbingan dan Konseling, Mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORETIS.....	8
A. Deskripsi Teoretis	8
1. Perilaku Konsumtif	8
a. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	8
b. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	10
c. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif.....	12
d. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	14
2. Mahasiswa.....	16
a. Pengertian Mahasiswa.....	16
b. Ciri-ciri Perilaku Mahasiswa.....	18
c. Tugas Perkembangan Mahasiswa.....	19
d. Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	21

B. Penelitian yang Relevan.....	23
C. Kerangka Berpikir.....	25
D. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Tujuan Penelitian.....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
C. Metode Penelitian.....	29
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Definisi Konseptual.....	31
2. Definisi Operasional.....	32
3. Jenis Instrumen.....	32
4. Kisi-kisi Instrumen.....	33
5. Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas.....	34
a. Uji Validitas.....	34
b. Uji Reliabilitas.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	39
1. Deskripsi Data.....	39
2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	42
a. Uji Normalitas Data.....	42
b. Uji Homogenitas.....	43
3. Pengujian Hipotesis.....	44
G. Hipotesis Statistik.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Deskripsi Data.....	46
B. Pengujian Persyaratan Analisis.....	58
C. Pengujian Hipotesis.....	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	73

A. Simpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	79



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi saat ini, berbagai perubahan-perubahan yang menyangkut hampir secara keseluruhan bidang kehidupan. Perubahan tersebut memberikan dampak terhadap pola kehidupan masyarakat berupa kebiasaan, adat, maupun tradisi lama yang sudah mulai ditinggalkan secara perlahan-lahan dan beralih pada perubahan modern. Hal ini ditandai dengan perkembangan gaya hidup masyarakat Indonesia yang cenderung konsumtif untuk membeli berbagai barang atau komoditas.

Kebutuhan dasar manusia yang sangat mutlak harus dipenuhi dalam kelangsungan hidup manusia meliputi makan, minum, tempat tinggal dan pakaian, untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia melakukan pembelian produk. Belanja merupakan konsep menunjukkan suatu sikap mendapatkan barang yang menjadi keperluan untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Saat ini konsep belanja telah menjadi sebuah cerminan hidup di kalangan masyarakat bahkan menjadi kegemaran bagi sejumlah orang.

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Perilaku konsumtif merupakan tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli barang tidak didasarkan pada kebutuhan (Sumartono, 2002) melainkan seseorang yang

berperilaku konsumtif tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi membeli barang hanya semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walau tidak memerlukan produk tersebut. Pembelian produk dilakukan untuk mengikuti *trend* dan mendapatkan penerimaan sosial dari individu lain atau kelompok secara utuh.

Perilaku konsumtif dapat terikat dari membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk dengan kemasan menarik, membeli produk untuk menjaga penampilan diri, membeli produk atas dasar pertimbangan harga bukan kegunaan, kebutuhan serta manfaat, membeli produk karena iklan produk dan membeli produk sekedar menjaga simbol status untuk memunculkan penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Pola hidup konsumtif juga menampakkan kesenjangan yang semakin besar pada lingkungan masyarakat, sehingga kalangan yang sebenarnya kurang memiliki keuangan yang cukup ikut mempraktekan dan kemudian bisa saja melakukan segala upaya untuk memenuhi keinginan.

Berita online *theconversation.com*, (Daniel, 18 Februari 2019) mengenai Gaya hidup konsumtif akibat majunya perekonomian Indonesia semakin menyisihkan orang miskin. Pascakrisis ekonomi, Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan dengan konsumsi rumah tangga sebagai penggerak utama pertumbuhan. Meski demikian, laporan Bank Dunia di tahun 2015 menyebutkan bahwa manfaat pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya bisa dinikmati oleh 18-20% masyarakat. Identifikasi sebagai masyarakat konsumtif

yang umumnya tinggal di perkotaan. Dengan skenario pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 5-6% per tahun, jumlah masyarakat konsumtif di Indonesia akan makin meningkat dari 85 juta orang di tahun 2020 menjadi 135 juta orang di tahun 2030. Artinya aktivitas konsumsi untuk kepentingan gaya hidup semakin menjadi umum untuk dilakukan.

Penelitian terdahulu oleh (Halim & Rachamawati, 2017) mengenai Perilaku Konsumtif *Generation Y* untuk Produk Fashion. Menunjukkan bahwa data distribusi frekuensi untuk perilaku konsumtif memperlihatkan ada kecenderungan yang tinggi dan sangat tinggi (75,8 %) pada *generation Y*, yang memberikan gambaran bahwa perilaku konsumtif memang terjadi pada kelompok ini, yakni kecenderungan untuk melakukan konsumsi tiada batas, yang lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan.

Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan mahasiswa. Demikian juga yang terjadi pada sebagian mahasiswa perilaku konsumtif yang dialami sebagian mahasiswa meliputi pembelian produk mementingkan *branded* dari pada fungsi produk yang dikonsumsi dan cara mahasiswa mengisi waktu luang lebih sering bergaul ke tempat yang *trending* yaitu *cafe* dan mall. Hal ini dapat dimengerti bila melihat mahasiswa sebagai usia transisi dalam mencari identitas diri. Mahasiswa ingin diakui eksistensi oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan teman-teman sebaya menyebabkan mahasiswa berusaha untuk mengikuti berbagai *trend* yang sedang berkembang. Kecenderungan yang

dilakukan mahasiswa ini secara berlebihan akan menjadi masalah. Terkadang apa yang dituntut mahasiswa untuk mengikuti *trend* yang ada diluar kemampuan orangtua sebagai sumber dana bagi mahasiswa.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa FKIP UHAMKA berdasarkan hasil pengamatan peneliti bahwa keadaan sosial ekonomi mahasiswa FKIP UHAMKA lebih bersifat heterogen artinya bahwa taraf kehidupan ekonomi mahasiswa FKIP UHAMKA dan keluarga umumnya menyebar dari jenjang ekonomi bawah sampai ekonomi atas. Pengamatan lanjutan terhadap program studi Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar bahwa kedua program studi tersebut merupakan program studi yang banyak diminati serta mempunyai mahasiswa paling banyak dibandingkan dengan program studi lain yang ada di FKIP UHAMKA. Pada saat ini di Dunia termasuk Negara Indonesia sedang mengalami penyebaran penyakit *Coronavirus Disease-2019* (COVID-19), penyebaran penyakit tersebut sangat cepat terhadap manusia yang mengakibatkan aktivitas tidak bisa berjalan dengan normal seperti biasa dan tentu berdampak terhadap perekonomian masyarakat. Tetapi tetap saja masih terdapat sebagian mahasiswa Bimbingan dan Konseling memiliki pola hidup konsumtif terlihat dari penggunaan dan pembelian produk yang tidak berdasarkan kebutuhan melainkan lebih kepada penampilan, sedangkan sebagian mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA dilihat dari penggunaan produk yang bergensi untuk menimbulkan rasa percaya diri tinggi. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan penerimaan sosial dan ingin setara dengan teman-teman sebaya.

Oleh karena itu, penelitian ingin mengetahui perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UHAMKA yang ditinjau dari perbedaan program studi antara mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar Angkatan 2017.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat difokuskan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Keadaan sosial ekonomi mahasiswa FKIP UHAMKA.
2. Perilaku konsumtif mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA Angkatan 2017.
3. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA Angkatan 2017 dalam berperilaku konsumtif.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian dibatasi pada “Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA Angkatan 2017”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA angkatan 2017?

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan menambah khazanah keilmuan Bimbingan dan Konseling, kajian perilaku konsumtif khususnya tentang perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA angkatan 2017.

2. Praktis

- a. Peneliti

- 1) Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan dalam bidang Bimbingan dan Konseling khusus terkait perilaku konsumtif mahasiswa, perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa Bimbingan dan Konseling dengan Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UHAMKA Angkatan 2017.

2) Sebagai sarana referensi untuk penelitian yang akan datang dalam bidang-bidang yang telah disebutkan dan tidak tertutup dalam bidang lainnya.

b. Program Studi Bimbingan dan Konseling

Hasil penelitian ini dapat melengkapi dan mengembangkan hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya.

c. Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Bimbingan dan Konseling untuk tidak berperilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.

d. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya sebagai sumber referensi untuk mengkaji judul yang sama dengan variabel yang berbeda.

e. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat umum dalam mengikuti perkembangan *trend* untuk membeli produk sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan yang menyebabkan berperilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). *Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180.
- Anwar, S. (2017). *Perilaku Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Dalam Menyelesaikan Tugas-Tugas Mata Kuliah*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Daniel, J. R. (2019). *Gaya hidup konsumtif akibat majunya perekonomian Indonesia semakin menyisihkan orang miskin*. *The Conversation*. <https://theconversation.com/id>
- Devya. (2015). *Hubungan Citra Diri Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Yang Memakai Kosmetik Wajah*. *eJournal Psikologi*, 3(1), 437. [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwjAoPWT9sfaAhUGSo8KHfMxCvgQFggrMAE&url=http%3A%2F%2Fjournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id%2Fsite%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F03%2FeJOURNAL%2520PSIKOLOGI%2520\(03-02-15-03-13-23\).p](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwjAoPWT9sfaAhUGSo8KHfMxCvgQFggrMAE&url=http%3A%2F%2Fjournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id%2Fsite%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F03%2FeJOURNAL%2520PSIKOLOGI%2520(03-02-15-03-13-23).p)
- Ginting, N. F. H. (2011). *Manajemen Pemasaran (ke-1)*. CV Yrama Widya.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(1), 50. <https://www.neliti.com/publications/126900/pengaruh-konsep-diri-terhadap-perilaku-konsumtif-mahasiswa-universitas-esa-unggu>
- Halim, L. V., & Rachamawati, S. ayudya. (2017). *Perilaku Konsumtif Generation Y untuk Produk Fashion*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 382. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i3.130>

- Hulukati, W. (2018). *Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo*. *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling: Teori Dan Praktik)*, 2(1), 75. <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>
- Kurniawan, C. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa*. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 108–111. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2709>
- Mayangsari, M. D. (2013). *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau Dari Penerimaan Orangtua*. *Jurnal Ecopsy*, 1(1), 22. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v1i1.480>
- Mitra, N., Syahniar, S., & Alizamar, A. (2019). *Consumptive Behavior of Students in Shopping Online and Implications in Guidance and Counseling Services in Universities*. *International Journal of Research in Counseling and Education*, 3(2), 120–124. <https://doi.org/10.24036/00132za0002>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 105–106. <https://doi.org/10.5281>
- Putro, K. Z. (2017). *Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja*. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 29.
- Ramadhan, A. S. (2012). *Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Dengan Harga Diri Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas "X." Universitas Indonesia*.
- Ridwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru- Karyawan dan Peneliti Pemula* (Cet ke-10). Alfabeta.
- Rizkallah, E. G., & Truong, A. (2010). *Consumptive Behavior, Promotional Preferences, And Shopping Patterns Of Hispanic Americans: An Empirical Perspective*. *Journal of Business & Economics Research*, 8(4), 111–122.

- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development Perkembangan Masa-Hidup* (N. I. Sallama (ed.); ketigabelas). Erlangga.
- Sari, D. N. (2014). *Perbedaan Gaya Hidup Mahasiswa Ditinjau Dari Status Ekonomi Dan Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman*. Psikoborneo, 2(2), 127.
- Siegel, S. (2018). *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial* (Cet Ke-3). PT Gramedia.
- Siregar, A. R. (2006). *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau Dari Pola Asuh*. Universitas Sumatra Utara.
- Sudi, M. A. (2017). *Kemiskinan dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Petani Cengkeh Desa Watumite, Kecamatan Nangapanda, Kabupaten Ende, NTT*. Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cet ke-21).
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk penelitian* (Cet ke-28). Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (ke-1). Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). *Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. Jurnal Psikologi Indonesia, 4(2), 147.
- Supradi U.S. (2016). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistik yang Lebih Komperhensif* (Cet ke-V). Adikita.
- Thohiroh, A. Q., & Yuwono, S. (2015). *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Naskah Publikasi, 3–4.

- Thomas, P. (2018). *The Influence of Student Consumption, Social Status of Family, The Economic Parent Status, and The Economic Education of Family to Consumption Behavior*. *Journal of Economic Education*, 7(1), 24–30. <https://doi.org/10.15294/jeec.v7i1.22190>
- Triyaningsih. (2011). *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 175.
- Triyanti, N. I., & Effendi, U. (2017). *Consumer Behavior : Confidence Fashion Products Users Instagram Applicatios*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 53.
- Undari, S. rohni. (2016). *Perbedaan Perilaku Konsumtif Siswa SMK Karya Rini Ditinjau dari Tipe Kepribadian Introvet dan Ekstrovet*. *E-Journal Bimbingan Dan Konseling*, 28–36.
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). *Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas*. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 6(2), 102–106. <https://doi.org/10.26740/jptt.v6n2.p102-106>
- Wulan, D. A. N., & Abdullah, S. M. (2014). *Prokrantisasi Akademik Dalam Penyelesaian Skripsi*. *Jurnal Sosio-Humaniora*, 5(1), 56. <http://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/soshum/article/view/136>