

Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Yarian Alamanda¹

*Program Studi Psikologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman Samarinda*

ABSTRACT. *This study aims to determine the effect of self-esteem and lifestyle on consumer behavior on students of the Faculty of Economics and Business, Mulawarman University, Samarinda. This study uses a quantitative approach. The subject of this study was 98 students who were selected using simple random sampling technique. Data collection methods used are the scale of consumer behavior, self-esteem and lifestyle. The collected data were analyzed by multiple linear regression test with the help of the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 21.0 for Windows program. The results showed that: (1) there was no significant influence and self-esteem on consumptive behavior as evidenced by the beta coefficient (β) of -0.067, and the t value of -0.549 was smaller than t table of 1.985 and p value of 0.585 ($p > 0.005$). (2) There is a significant influence and lifestyle on consumptive behavior as evidenced by the beta (β) coefficient of 0.549, and the value of t count of 4.503 greater than t table of 1.985 and p value of 0.000 ($p < 0.005$). (3) there is an influence between self-esteem and lifestyle on consumptive behavior with a value of $F = 2.110$ $R^2 = 0.255$, and $p = 0.000$ ($p < 0.005$).*

Keywords: *self-esteem, lifestyle and consumer behavior.*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah 98 siswa yang dipilih dengan menggunakan teknik simple random sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala perilaku konsumen, harga diri dan gaya hidup. Data yang terkumpul dianalisis dengan uji regresi linier berganda dengan bantuan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 21.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tidak terdapat pengaruh dan harga diri yang signifikan terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan koefisien beta (β) sebesar -0,067, dan nilai t hitung sebesar -0,549 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,985 dan p value dari 0,585 ($p > 0,005$). (2) Terdapat pengaruh yang signifikan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan koefisien beta (β) sebesar 0,549, dan nilai t hitung 4,503 lebih besar dari t tabel 1,985 dan nilai p 0,000 ($p < 0,005$). (3) terdapat pengaruh antara harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan nilai $F = 2.110$ $R^2 = 0.255$, dan $p = 0.000$ ($p < 0.005$).

Kata kunci: harga diri, gaya hidup dan perilaku konsumen.

¹ Email: yarianalamanda@gmail.com

PENDAHULUAN

Remaja merupakan suatu tahap perkembangan antara masa anak-anak dan dewasa dengan perubahan-perubahan fisik umum, berkehidupan sosial, serta perkembangan kognitifnya. Masa remaja individu berada dalam proses pencarian jati diri dari orang tua dan perasaan belum mampu mandiri (Monks, 2001). Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini adalah pematangan pendirian hidup (Yusuf, 2012).

Mahasiswa mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana mereka mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal. Suatu fenomena yang banyak melanda mahasiswa saat ini

yaitu dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Haryani, 2015).

Hal ini juga terjadi disalah satu kampus tertua di Kalimantan yaitu Universitas Mulawarman. Hasil survei yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 16-29 Maret 2018 tentang perspektif mahasiswa Universitas Mulawarman perihal Fakultas yang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif, didapatkan hasil dari 274 responden bahwa memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan 45 persen, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik 21,8 persen, dan tidak tahu 13 persen, dan sisanya menjawab dengan beragam berbagai fakultas. Dapat dilihat seperti pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Persentase Perspektif Mahasiswa Yang Memiliki Kecenderungan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Fakultas di Universitas Mulawarman

Fakultas	Frekuensi	Persentase
Ekonomi dan Bisnis	124	45,1%
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	60	21,8%
Tidak Tahu	36	13,1%
Hukum	16	5,8%
Keguruan dan Ilmu Pendidikan	11	4%
Kedokteran	9	3,3%
Ilmu Budaya	5	1,8%
Teknik	4	1,5%
Kesehatan Masyarakat	3	1,1%
Pertanian	2	0,7%
Kehutanan	2	0,7%
Perikanan dan Ilmu Kelautan	1	0,4%
Farmasi	1	0,4%
Jumlah	274	100%

(Sumber: Pembagian Survei (Screening) oleh Peneliti, 2018)

Hal ini diperkuat dengan wawancara kepada salah satu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda, subjek AR, pada tanggal 31 Maret 2018 pukul 16.05 WITA. Alasan subjek AR untuk berbelanja karena bukan kebutuhan yang mendesak, tetapi demi kesenangan, kepuasan, mengikuti mode, dan menambah kepercayaan diri. Perilaku konsumtif dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti mencoba produk baru, mengikuti arus mode atau maupun memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat

mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Haryani, 2015).

Perilaku konsumtif dapat terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor internal maupun eksternal. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah harga diri. Harga diri adalah gagasan mengenai diri secara global yang mengacu pada keseluruhan evaluasi diri sebagai individu, atau bagaimana orang merasakan mengenai

diri mereka sendiri dalam arti yang komprehensif (Verkuyten, 2003).

Hal ini sesuai dengan wawancara kepada subjek NA Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda pada tanggal 10 Mei 2018 pukul 10.15 Wita yang mengatakan bahwa dirinya akan membeli langsung barang jika ia menyukai barang tersebut. Ia menambahkan bahwa ia akan berusaha untuk mendapatkan uang untuk membeli barang seperti tas dan pakaian untuk menunjang penampilannya agar terlihat lebih menarik dan menimbulkan kepuasan bagi dirinya.

. Kecenderungan perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh faktor internal lainnya. Salah satu faktor internalnya adalah Gaya Hidup. Menurut Kasali (dalam Mandey, 2009) gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Hal ini sesuai dengan wawancara kepada subjek OF Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman pada tanggal 11 Mei 2018 pukul 14.00 wita yang mengatakan bahwa subjek kerap membeli barang seperti sepatu karena ajakan dari teman satu kelasnya yang juga merupakan teman satu *gank*. Ia mengatakan bahwa penampilan harus selalu sama agar tidak berbeda dengan teman satu *ganknya* tersebut.

Berdasarkan rangkaian permasalahan yang diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif” pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Menurut Nitisusastro (2012), perilaku konsumtif dicerminkan dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pada konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa

yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru dan mendapatkan kepuasan.

Harga Diri

Menurut Santrock (2011) salah satu perkembangan psikologis yang dialami oleh remaja adalah perkembangan sosio-emosi yang salah satunya adalah harga diri, yang merupakan keseluruhan cara yang digunakan untuk mengevaluasi diri kita, dimana harga diri merupakan perbandingan antara ideal-self dengan real-self. Menurut Maslow (2010) harga diri merupakan suatu kebutuhan manusia yang memerlukan pemenuhan atau pemuasan untuk dilanjutkan ke tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Berdasarkan pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah evaluasi serta sikap terhadap dirinya sendiri. Sikap ini merupakan penerimaan dan penghargaan positif serta percaya bahwa dirinya mampu, berarti dan berharga berdasarkan dengan standar serta penilaian dirinya.

Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan opininya. Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang berbeda. Suryani (2008), gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang, bagaimana memanfaatkan waktunya serta kepribadian lebih merujuk pada karakteristik internal. Berdasarkan pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang mempunyai ketertarikan dengan aktivitas, minat dan opininya untuk mengatur dan merefleksikan status sosialnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data serta penampilan dari hasilnya (Arikunto, 2010). Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu

probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yaitu harga diri dan gaya hidup, sedangkan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif.

Menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 2. Jumlah Populasi

No	Angkatan	Jumlah
1	2011	301
2	2012	465
3	2013	677
4	2014	899
5	2015	697
6	2016	654
7	2017	694
Total		4387

Sumber: SIA Unmul 2018

Dengan menggunakan rumus slovin, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini digenapkan menjadi 98 sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu alat pengukuran atau instrumen. Instrumen penelitian yang terdiri atas skala perilaku konsumtif, harga diri dan gaya hidup. Hasil uji validitas dan reliabilitas pada skala perilaku konsumtif terdapat 8 aitem butir yang gugur dengan nilai alpha 0.719, skala harga diri terdapat 8 aitem butir yang gugur dengan nilai alpha 0.904, dan skala gaya hidup terdapat 4 aitem butir yang gugur dengan nilai alpha 0.788. Adapun perhitungan statistik dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 21.0 for windows.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil uji normalitas pada variabel harga diri didapatkan nilai p sebesar 0.200, variabel gaya hidup didapatkan nilai p sebesar 0.186, dan variabel perilaku konsumtif didapatkan nilai p sebesar 0.200. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu perilaku konsumtif, harga diri dan gaya hidup memiliki sebaran data yang normal, dengan demikian analisis data secara parametrik dapat dilakukan karena memenuhi syarat atas asumsi normalitas sebaran data penelitian.

Sedangkan Winarsunu (2010) mengatakan, populasi adalah seluruh individu yang dimaksudkan untuk diteliti, dan yang nantinya akan dikenai generalisasi. Generalisasi adalah suatu cara pengambilan kesimpulan terhadap kelompok individu yang lebih luas jumlahnya berdasarkan data yang diperoleh dari sekelompok individu yang sedikit jumlahnya. Jadi, populasi adalah seluruh komponen dalam penelitian yang memenuhi kualitas dan karakteristik untuk tujuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Angkatan 2011-2017 yang berjumlah sebanyak 4387 mahasiswa.

Hasil uji linieritas antara variabel harga diri dengan perilaku konsumtif menghasilkan nilai p sebesar 0.060 dan nilai F hitung sebesar 1.514, yang berarti hubungannya dinyatakan linier. Sedangkan hasil uji linieritas antara variabel gaya hidup dengan perilaku konsumtif menghasilkan nilai p sebesar 0.061 dan nilai F hitung sebesar 1.528, yang berarti hubungannya dinyatakan linier.

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai koefisiensi *tolerance* variabel perilaku konsumtif terhadap harga diri sebesar 0.528 atau kurang dari 1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel sebesar 1.892 atau kurang dari 10 sehingga pada model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Nilai koefisiensi *tolerance* variabel perilaku konsumtif terhadap gaya hidup sebesar 0.528 atau kurang dari 1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel sebesar 1.892 atau kurang dari 10 sehingga pada model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Hasil uji homoskedastisitas menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas model regresi, karena seluruh nilai signifikansi yang diperoleh dari pengujian dengan metode *Glejser* diperoleh nilai *a* lebih dari 0.05 terhadap absolute residual (*Abs_Res*) secara parsial dan nilai t hitung < t tabel. Sehingga

dengan demikian variable independent layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen yang ada.

Sebaran data hasil uji deskriptif menunjukkan nilai rata rata tingkat perilaku konsumtif dalam kategori tinggi, harga diri dalam kategori rendah dan gaya hidup dalam kategori tinggi.

Hasil uji hipotesis secara bertahap menyatakan harga diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda, artinya hipotesis pertama dalam penelitian H_1 ditolak H_0 diterima. Dibuktikan dengan koefisien beta (β) sebesar -0.067, serta nilai t hitung sebesar -0.549 lebih kecil dari t tabel sebesar 1.985 dan nilai p sebesar 0.585 ($p > 0.005$). Hal ini sesuai dengan hasil uji deskriptif bahwa subjek berada pada kategori tingkat harga diri yang rendah. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khilid Fitriyah (2016) tentang "Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang" menunjukkan bahwa signifikansi $p = 0.761$ ($p > 0.05$) dan nilai t hitung sebesar 0.016 yang artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif.

Selanjutnya hasil uji hipotesis secara bertahap menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda, artinya hipotesis pertama dalam penelitian H_1 diterima H_0 ditolak. Dibuktikan dengan koefisien beta (β) sebesar 0.549, serta nilai t hitung sebesar 4.503 lebih besar dari t tabel sebesar 1.985 dan nilai p sebesar 0.000 ($p < 0.005$). Nilai koefisien korelasi antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif sebesar 0.549 yang bertanda positif, artinya menunjukkan arah yang positif, yakni semakin tinggi gaya hidupnya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya dan begitu pula sebaliknya, bila gaya hidupnya rendah maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hal ini sesuai dengan hasil uji deskriptif bahwa subjek berada pada kategori tingkat gaya hidup yang tinggi. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dias Kanserina (2015) tentang "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan X" menunjukkan bahwa nilai signifikansi $p = 0.000$ ($p < 0.05$) yang

artinya ada hubungan kedua variabel tersebut signifikan. Nilai koefisien korelasi antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif sebesar 0.641.

Kemudian hasil penelitian harga diri dan gaya hidup berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda, dibuktikan dengan nilai f hitung sebesar 16.259 lebih besar dari f tabel sebesar 2.110 dan nilai p sebesar 0.000 ($p > 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Pada hasil perhitungan parsial pada aspek-aspek harga diri dan gaya hidup dengan aspek perilaku konsumtif, hanya satu aspek pada variabel gaya hidup yang memiliki korelasi dengan beberapa aspek perilaku konsumtif. Variabel perilaku konsumtif sendiri memiliki tiga aspek menurut Lina (dalam Haryani, 2015) yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non rational buying*).

Aspek pembelian impulsif (*impulsive buying*) memiliki korelasi dengan aspek aktivitas pada variabel gaya hidup dengan nilai koefisien beta (β) sebesar 0.382, t hitung sebesar 2.765 lebih besar dari t tabel sebesar 1.985 dan nilai p sebesar 0.007 lebih kecil dari 0.05. Selanjutnya pada aspek pemborosan (*wasteful buying*) memiliki korelasi dengan aspek aktivitas pada variabel gaya hidup dengan koefisien beta (β) sebesar 0.317, t hitung sebesar 2.075 lebih besar dari t tabel sebesar 1.985 dan nilai p sebesar 0.041 lebih kecil dari 0.05. Kemudian pada aspek mencari kesenangan (*non rational buying*) memiliki korelasi dengan aspek aktivitas pada variabel gaya hidup dengan koefisien beta (β) sebesar 0.369, t hitung sebesar 2.875 lebih besar dari t tabel sebesar 1.985 dan nilai p sebesar 0.005 lebih kecil dari 0.05.

Aspek aktivitas adalah aspek yang menjelaskan cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe (Wells dan Tigert dalam Engel dkk, 2005). Dalam hal ini aspek aktivitas memiliki hubungan dan mempengaruhi aspek pembelian impulsif (*impulsive buying*) dan aspek pemborosan (*wasteful buying*) dan aspek mencari kesenangan (*non rational buying*) pada variabel perilaku konsumtif. Artinya semakin

sering atau semakin tinggi aktivitas gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula pembelian impulsif, pemborosannya dalam mencari kesenangan subjek.

Peneliti melakukan wawancara dengan subjek bernama AR pada tanggal 11 Agustus 2018. Dari penjelasan AR didapatkan keterangan bahwa subjek sering menghabiskan waktunya hingga larut malam hampir seminggu 5 kali karena seringnya pergi berbelanja di mall, menonton, dan menikmati kuliner di sebuah *frenchise* salah satu mall. Hal tersebut subjek menganggap biasa saja karena ia merasa bergaya hidup hedonis bisa membuatnya menjadi remaja masa kini dan mengikuti *trend* itu sangat diperlukan untuk jaman sekarang.

Pemaparan diatas sudah cukup membuktikan bahwa hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif serta aspek aktivitas menjadi aspek yang paling mempengaruhi sesuai dengan kondisi pada diri subjek yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
2. Tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
3. Terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan hasil yang diperoleh, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa
Bagi mahasiswa disarankan untuk mengurangi gaya hidup hedonis agar terhindar dari perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengurangi aktivitas berbelanja yang didasari oleh hasrat tiba-tiba, menghambur-hamburkan dana yang tanpa disadari adanya

kebutuhan yang jelas, dan berbelanja demi kesenangan semata.

2. Bagi Orang Tua

Bagi orang tua hendaknya peduli dengan kondisi perkembangan mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih mengenal dan memahami pribadi mahasiswa, mengenal baik lingkungan pergaulan maupun interaksi sosial mahasiswa di luar keluarga. Selain itu, orang tua juga diharapkan mampu mengarahkan, membimbing, dan mendidik dengan cara mengedukasi untuk pentingnya menabung dan hidup hemat.

3. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan untuk sebaiknya menggunakan hal-hal berikut ini:

- a. Metode Kualitatif
- b. Menggunakan variabel konformitas dan gaya hidup hedonis

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*. Vol 11, No 1.
- Kotler, P., & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mandey S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 6. No 1.
- Maslow, H. A. (2010). *Motivation and Personality*. Jakarta: Rajawali.
- Monks. (2001). *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Santrock, J. W. (2011). *Perkembangan Anak Edisi 7 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2012). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Verkuyten, M. (2003). Positive and Negative Self-Esteem Among Ethnic Minority Early Adolescents: Social and Cultural Sources and Threats. *Youth and Adolescence*. XXXXII (4), 267-277.

Winarsunu, T. (2010). *Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan*. Malang: Universitas Muhamadiyah Malang.

Yusuf, S. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.