



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 8676-8691

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Gambaran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Informasi Kesehatan STIKes Santa Elisabeth Medan

Pomarida Simbolon<sup>1✉</sup>, Bernad Julvian Zebua<sup>2</sup>

STIKes Santa Elisabeth Medan

Email: [pomasps@gmail.com](mailto:pomasps@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Dalam situasi era globalisasi saat ini Perilaku mahasiswa dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang memiliki pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Selain itu, sering juga didapati mahasiswa melakukan perilaku belanja berlebihan. Kebiasaan ini sering disebut perilaku konsumtif. Tujuan Penelitian untuk melihat tingkat ketinggian dan berkurangnya perilaku konsumtif kepada mahasiswa stikes santa elisabeth medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di STIKes Santa Elisabeth Medan pada bulan Juli. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Manajemen Informasi Kesehatan STIKes Santa Elisabeth Medan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Total sampling test, atau pengambilan sampel total, yaitu seluruh populasi digunakan sebagai sampel. Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Stefany Puspita (2020) Perilaku Konsumtif Merupakan kecenderungan membeli atau mengkonsumsi barangbarang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Berdasarkan survei awal tentang perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Prodi MIK STIKes Santa Elisabeth Medan. Dari 10 partisipan terdiri dari 60% perempuan dan 40% laki-laki. Sebagian besar partisipan (70%) berusia antara 18-34 tahun, bahwa Dalam satu bulan terakhir, 55% partisipan mengaku berbelanja di luar kebutuhan pokok sebanyak 3-5 kali, sementara 30% lainnya melakukannya lebih dari 5 kali.

Kata Kunci: *Perilaku, Konsumtif*

## Abstract

In the current situation of the globalization era, student behavior is influenced by the social environment which has both positive and negative influences. Apart from that, it is often found that students engage in excessive shopping behavior. This habit is often called consumptive behavior. The aim of the research is to see the level of increase and decrease in consumer behavior among Stikes Santa Elisabeth Medan students. The method used in this research is descriptive quantitative research. This research was carried out at STIKes Santa Elisabeth Medan in July. The population of this study were all students of the Health Information Management Study Program at STIKes Santa Elisabeth Medan. The sampling technique used in this research is the total sampling test, or total sampling, namely the entire population used as a sample. The research instrument used in this research was adapted from research conducted by Stefany Puspita (2020). Consumptive behavior is the tendency to buy or consume goods that are actually not excessive and are not based on rational considerations because individuals determine wants rather than needs. Based on an initial survey regarding consumer behavior among students of the MIK STIKes Santa Elisabeth Medan Study Program. Of the 10 participants, 60% were women and 40% men. Most of the participants (70%) were aged between 18-34 years, that in the last month, 55% of participants admitted to shopping for non-basic necessities 3-5 times, while the other 30% did so more than 5 times

Keywords: *Consumptive, Behaviour*

## PENDAHULUAN

Dalam situasi era globalisasi saat ini Perilaku mahasiswa dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang memiliki pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Selain itu, sering juga didapati mahasiswa melakukan perilaku belanja berlebihan. Kebiasaan ini sering disebut perilaku konsumtif. (Luas et al., 2023)

Perilaku Konsumtif Merupakan kecenderungan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan (Mulyani, 2013). Menurut Dahlan (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Hal ini diperkuat oleh Anggasari (dalam Triyaningsih, 2011) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif di tandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan (Lestarina et al., 2017).

Perilaku konsumtif di luar negeri, salah satunya di Amerika Serikat, pembeli impulsif sekitar 2,4 juta (5,8 %) pada golongan dewasa dan diperkirakan mencapai lebih dari 4 miliar berbelanja bahkan lebih dari dua kali seminggu. Dampak dari pola perilaku tersebut dipengaruhi oleh gaya hidup yang mencerminkan pola konsumtif. Perilaku konsumtif pada mahasiswa di Indonesia sekitar 60% (Ambarwati, 2011). Gumulya dan Widiastuti (2013) menyatakan bahwa sekitar 48,9% remaja

di Jakarta memiliki kecenderungan perilaku konsumtif. Maula & Kustanti (2018) juga menyatakan perilaku konsumtif pada remaja di Medan sebanyak 64,64% (Siallagan et al., 2021)

Hasil Penelitian (Farhan, 2022) tentang Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Padang menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa UNP tergolong rendah, bahwa dari 54 responden rata-rata menunjukkan hasil: 7,4% (tinggi), 33,3% (sedang), dan 59,3% (rendah) mahasiswa UNP tergolong memiliki perilaku konsumtif karena mahasiswa UNP berbelanja atas dasar kebutuhan. Sedangkan diantara mereka tergolong memiliki perilaku konsumtif sedang dan tinggi disebabkan belanja melalui sosial media.

Berdasarkan hasil penelitian (Sofiana & Indrawati, 2020) tentang Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas X Semarang kategorisasi variabel perilaku konsumtif membeli kosmetik ditemukan hasil bahwa mayoritas berada pada kategori tinggi sebanyak 61 mahasiswi dengan persentase 59,22%, pada kategori rendah terdapat 23 mahasiswi dengan persentase 22,33%, sangat tinggi ditemukan 13 mahasiswi dengan persentase 12,62%, dan sisanya berada pada kategori sangat rendah sebanyak 6 mahasiswi dengan persentase 5,82%. Mayoritas subjek berada kategori tinggi ini dikarenakan faktor gaya hidup, Gaya hidup seseorang adalah pola hidup yang diekspresikan pada kegiatan dan minat serta pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan.

Berdasarkan hasil penelitian (Tripambudi & Indrawati, 2020) tentang Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro menunjukkan bahwa pada variabel perilaku konsumtif terdapat 7,2% Mahasiswa jurusan teknik industri Universitas Diponegoro yang berada pada kategori sangat rendah, 81,6% pada kategori rendah, 9,6% pada kategori tinggi, dan 1,4% berada pada kategori sangat tinggi.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa salah satunya Faktor lingkungan memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif seseorang. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Kholilah (2008:99), yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Sedangkan hasil penelitian Nina dan Koentjoro (2009:55), menunjukkan bahwa perilaku keranjingan berbelanja dapat menimbulkan dampak merugikan yang berkelanjutan misalnya adanya masalah dalam keuangan keluarga. Dibandingkan laki-laki, perempuan jauh lebih cenderung untuk membeli bukan berdasarkan kebutuhan atau membeli barang-barang yang mereka tahu tidak mereka butuhkan, menjadikan kegiatan berbelanja sebagai sebuah metode perayaan, membeli barang tanpa perencanaan dan membeli barang sesering mungkin (Frankel, 2006:90)(Endang, 2013)

Berdasarkan survei awal tentang perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Prodi MIK STIKes Santa Elisabeth Medan. Dari 10 partisipan terdiri dari 60% perempuan dan 40% laki-laki. Sebagian besar partisipan (70%) berusia antara 18-34 tahun, bahwa Dalam satu bulan terakhir, 55% partisipan mengaku berbelanja di luar kebutuhan pokok sebanyak 3-5 kali, sementara 30% lainnya melakukannya lebih dari 5 kali. Pengeluaran rata-rata untuk barang konsumtif per bulan sebagian besar berada di rentang Rp

500.000 - Rp 1.000.000 (40%) dan Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 (35%). Perilaku konsumtif partisipan dalam berbelanja barang adalah untuk mengikuti tren, menyenangkan diri sendiri dan partisipan sering terpengaruh oleh promosi atau diskon saat berbelanja. Sumber pendapatan utama untuk berbelanja barang konsumtif adalah uang saku dari orang tua (65%)

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengetahui gambaran tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi Manajemen Informasi Kesehatan STIKes Santa Elisabeth Medan.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di STIKes Santa Elisabeth Medan pada bulan Juli. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Manajemen Informasi Kesehatan STIKes Santa Elisabeth Medan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Total sampling test, atau pengambilan sampel total, yaitu seluruh populasi digunakan sebagai sampel. Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Stefany Puspita (2020) yaitu sebanyak 24 pertanyaan dengan menggunakan skala likert (STS =1), (TS=2), (N=3), (S=4) dan (SS=4).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 : Karakteristik Responden Penelitian Menurut Usia Dan Tabel Karakteristik Responden Penelitian Menurut Jenis Kelamin

KARAKTERISTIK	FREKUENSI	%
<b>USIA</b>		
13-19 ( REMAJA )	19	30,2
20-44 ( DEWASA )	44	69,8
TOTAL	63	100
<b>JENIS KELAMIN</b>		<b>%</b>
LAKI LAKI	18	28,6
PEREMPUAN	45	71,4
TOTAL	63	100

Karakteristik Tabel 1 menunjukkan bahwa berdasarkan usia di dominasi mahasiswa berusia 20-44 tahun (dewasa) yaitu sebanyak 44 ( 69,8% ) dan diikuti oleh mahasiswa berusia 13-19 tahun (remaja) yaitu sebanyak 19 ( 30,2% ), Hal ini menunjukkan bahwa responden kategori usia 20-44 yang tergolong dewasa lebih tinggi di bandingkan responden yang berusia 13-19 tahun atau tergolong remaja .

Berdasarkan jenis kelamin responden didominasi oleh perempuan di dominasi sebanyak 45 (71,4%) laki laki sebanyak 18 (28,6%), dan hal ini menunjukkan tingkat partisipasi perempuan lebih tinggi di bandingkan laki laki.

Tabel 2 :Distribusi frekuensi Gambaran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Informasi Kesehatan STIKes Santa Elisabeth Medan Tahun 2024

KATEGORI	INTERVAL	F	%
TINGGI	4	11,1	11,1
SEDANG	52	82,5	82,5
RENDAH	7	6,3	6,3
TOTAL	63	100	100

Berdasarkan hasil yang di peroleh bahwa Gambaran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Informasi Kesehatan STIKes Santa Elisabeth Medan memiliki perilaku konsumtif kategori tinggi sebanyak 4 ( 11,1%), ketegori Sedang 52 (82,5%), dan rendah 7 ( 6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi responden terhadap perilaku konsumtif tergolong kategori Sedang.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa Prodi MIK STIKes Santa Elisabeth tergolong sedang yaitu sebanyak 52 (82,5%). Berarti mahasiwa Prodi MIK STIKes Santa Elisabeth memiliki kecenderungan untuk berbelanja barang dan jasa yang lebih dari kebutuhan dasar, namun masih dalam batas yang relatif terkendali. Mahasiswa dengan perilaku konsumtif sedang mungkin sesekali melakukan pembelian barang mewah atau mengikuti tren, tetapi tidak secara berlebihan hingga menyebabkan masalah finansial yang serius. Adanya perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan oleh penagruh media sosial yang dapat memicu perilaku konsumtif dengan menampilkan gaya hidup yang diinginkan. Mahasiswa terkadang ingin mengikuti tren yang dilihat di media sosial, tetapi tetap dalam batas yang dapat mereka kendalikan.

Hasil ini sejalan penelitian (Siallagan et al., 2021) tentang Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa menunjukkan bahwa dari 135 responden sebanyak 39orang (28,9%), perilaku konsumtif sedang yaitu 96 orang ( 71,1%). Tidak ada responden yang memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Maka perilaku konsumtif tergolong sedang

Suyasa dan Fransisca (2005:172) mendefenisikan perilaku konsumtif sebagai perbuatan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosanbiaya. Konsumtif mengandung makna boros, yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Gumulya & Widiastuti, 2013). Grinder (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja disebut sebagai perilaku konsumtif.Sedangkan menurut Lubis (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi Berdasarkan

pendapat beberapa ahli yang telah dikemukakan sebelumnya maka yang dimaksud dengan perilaku konsumtif dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat Suyasa dan Fransisca (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan membeli produk yang tidak berdasarkan kebutuhan melainkan demi memenuhi keinginan yang tidak memikirkan manfaat dari produk tersebut yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan keborosan (Lestarina et al., 2017).

Tingkat konsumtif mahasiswa prodi MIK STIKes Santa Elisabeth Medan memiliki tingkat konsumtif rendah yaitu 7 orang ( 6,3%). Berarti mahasiswa Prodi MIK STIKes Santa Elisabeth memiliki kecenderungan untuk berbelanja dengan sangat bijak seperti hanya membeli barang atau jasa yang benar-benar dibutuhkan. Cenderung memiliki kontrol yang baik atas pengeluaran mereka dan tidak mudah terpengaruh oleh tren atau tekanan sosial. Perilaku konsumtif rendah terjadi karena mahasiswa terbiasa dengan hidup hemat yang diajarkan oleh keluarga atau yang dibentuk melalui pengalaman pribadi yang tidak suka menghamburkan uang dengan hal yang tidak penting

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Nadhifah et al., 2024) tentang Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling menunjukkan bahwa dari jumlah responden sebanyak 22 orang memiliki perilaku konsumtif tinggi sebesar 68,2% dan perilaku konsumtif rendah sebesar 31,8%. Hasil penelitian menunjukkan variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa tersebut, dengan indikator dipengaruhi oleh karakteristik Generasi Z, seperti pembelian karena tren atau gaya, pembelian koleksi atau barang yang sama, dan pembelian karena pengaruh iklan. Maka pemahaman mendalam terhadap dinamika perilaku konsumtif ini perlu diberikan untuk meningkatkan wawasan yang berharga mahasiswa melalui layanan bimbingan dan konseling.

Perilaku konsumtif merupakan keinginan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan untuk mencapai kepuasan (Tambunan, 2001). Sedangkan menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli suatu barang tanpa pertimbangan yang masuk akal dan tidak didasari pada faktor kebutuhan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang membeli barang yang didasarkan pada rasio dan keinginannya yang kurang diperlukan sehingga menjadi berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Zaman dulu, orang berbelanja untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder namun saat ini orang berbelanja cenderung untuk menyenangkan diri sendiri, memuaskan keinginan, serta lebih mementingkan faktor keinginan dibandingkan kebutuhan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal seseorang Menurut Lina dan Rosyid (Amaliya, 2017), perilaku konsumtif seseorang ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan. Untuk memenuhi perilaku konsumtif memerlukan biaya yang tidak sedikit, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal mampu memberikan kepuasan dan kesenangan bagi orang yang menganutnya. Perilaku Konsumtif dilakukan untuk menunjukkan status sosial, kekayaan, prestige, dan untuk mendapatkan kepuasan bagi penganutnya.

Tingkat konsumtif mahasiswa prodi MIK STIKes Santa Elisabeth Medan memiliki tingkat konsumtif Tinggi yaitu 4 orang (11,1%),Berarti mahasiswa prodi MIK STIKes Santa Elisabeth memiliki sikap

dan perilaku untuk berbelanja yang sangat banyak tanpa memikirkan terlebih dahulu kemudian dan mahasiswa tersebut memiliki sikap dan kecenderungan membeli barang-barang yang kurang diperlukan tanpa hemat terlebih dahulu ini disebabkan adanya beberapa faktor yang tidak bisa dikendalikan salah satunya faktor pergaulan lingkungan dan pengaruh media sosial yang dimana Media sosial memiliki peran signifikan dalam meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sering kali menampilkan gaya hidup mewah yang dipamerkan oleh selebriti dan influencer. Melalui konten yang menarik, mereka menunjukkan berbagai produk baru, fashion, dan gadget terkini, yang pada akhirnya menciptakan dorongan untuk meniru gaya hidup tersebut. Algoritma media sosial juga dirancang untuk menargetkan iklan berdasarkan preferensi pengguna, yang membuat mahasiswa lebih sering terpapar iklan yang menggoda.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Fransisca & Erdiansyah, 2020) tentang Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. Perilaku konsumtif dibagi menjadi empat dimensi yaitu pemenuhan keinginan, barang di luar jangkauan, barang cenderung tidak produktif, dan status. Dimensi yang paling tinggi yaitu status dengan nilai 0,93 kemudian diikuti oleh dimensi barang di luar jangkauan, pemenuhan keinginan, dan barang cenderung tidak produktif. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif paling dipengaruhi oleh faktor internal di dalam diri orang tersebut yaitu untuk mendapatkan penghargaan diri dan pengakuan dari orang-orang di sekitarnya. Semakin mahal dan bermerek produknya maka semakin tinggi pula kepercayaan dirinya. Didukung dengan hasil penelitian Patricia, dan Handayani (2014) bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi status dan gengsi.

Perilaku Konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seorang mahasiswa, diantaranya: Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri. Menurut Khrisna et al. mendefinisikan bahwa: "Literasi Keuangan merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada trade off yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya, sering terjadi saat seseorang hendak membelanjakan uangnya. Dengan memahami literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari perilaku konsumtif dan masalah keuangan." (Harita et al., 2022)

Perilaku konsumtif ini telah banyak memberikan dampak negatif yaitu terjadinya pemborosan dan efisiensi biaya. Secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Hal ini disebabkan individu selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya akan tetapi keinginan pembelian tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga timbulnya rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi. Mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah membentuk

gaya hidup khas dikalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumsi. Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerk untuk mengikuti trend terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting. Kegiatan mengikuti trend ini mendorong mahasiswa untuk membeli barang-barang yang digunakan untuk menampilkan trend tersebut tanpa pikir panjang dan membuat mahasiswa terjebak kedalam perilaku konsumtif. (Harita et al., 2022)

Selain gaya hidup, faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah media sosial. Ada banyak penyebab perilaku konsumtif seperti kemajuan teknologi yang memudahkan pembelian secara online melalui media sosial. Salah satu penyebab perilaku konsumtif adalah terpengaruh media sosial. Menurut penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Munculnya media sosial mengenalkan individu kepada dunia yang lebih luas seperti informasi maupun teknologi yang terus berkembang yang mampu membentuk persepsi mereka untuk mengikuti segala bentuk perubahan yang terjadi. Dengan adanya media sosial mendorong seseorang berperilaku konsumtif, berawal dari melihat profil atau snapgram yang diunggah oleh teman di sosial media dapat membuat rasa iri dan keinginan untuk mengejar kepuasan dalam diri orang tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau (Harita et al., 2022)

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Media sosial dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 41,4%. Sedangkan sisanya 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selanjutnya penulis memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat dari penelitian ini yakni bagi mahasiswa, agar lebih bijak mengatur penggunaan media sosial dan mengurangi tingkat gaya hidup mewah agar bisa terhindar dari perilaku konsumtif serta bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yang tidak diteliti dalam penelitian ini. (Harita et al., 2022)

Setiap manusia dalam menjalani hidup mereka tidak dapat dipisahkan dari kegiatan ekonomi. Salah satu cara untuk mempertahankan kehidupannya adalah dengan kegiatan mengkonsumsi. Perannya untuk mengatasi masalah mendasar seperti, pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Meski demikian, tindakan konsumsi seseorang tidak dapat dihindarkan dari perubahan kepentingan yang awalnya untuk memenuhi kebutuhan pokok berubah menjadi metode untuk memenuhi keinginan secara berulang-ulang akan suatu barang tanpa berfikir nilai kegunaan barang tersebut kejadian ini disebut dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku yang telah mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa melihat nilai kegunaan barang tersebut untuk mencapai kepuasan atas dirinya secara maksimal. Perilaku ini mempengaruhi kehidupan orang dewasa ini tak terkecuali remaja

dan mahasiswa yaitu sering mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, hasrat besar untuk memiliki barang-barang tanpa memikirkan nilai kegunaan dan manfaat barang tersebut didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Perilaku konsumtif juga dapat terjadi karena pembelian secara berlebihan tanpa adanya perencanaan (Lutfiah et al., 2022)

Mahasiswa merupakan sekelompok remaja yang memasuki tahap awalnya dewasa. Seperti yang dikatakan oleh Mangkunegara "Remaja adalah konsumen yang mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, mudah terbujuk rayuan iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus yang dihiasi dengan warna-warna menarik, selain itu remaja juga pembeli yang tidak berfikir hemat dan kurang realistis dan impulsif". Fikriyah juga mengatakan "Remaja lebih cenderung mengalami gejolak emosi dan cenderung peka dalam hal-hal yang berkaitan dengan diri mereka sendiri dan sering kali bertindak kurang rasional termasuk dalam jangka waktu mereka dalam mengkonsumsi". Masa remaja yang memiliki hawa nafsu dan hasrat yang tinggi untuk memenuhi segala keinginannya yang seharusnya saat-saat tersebut diisi dengan menambah ilmu pengetahuan,

keterampilan, dan keahlian atau bakat yang mereka miliki, serta mengikuti kegiatan yang positif sehingga memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat banyak. Namun, dunia kampus telah membawa gaya hidup di kalangan mahasiswa terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi bisa membuat setiap individu untuk berperilaku konsumtif. Lingkungan dan teman bergaul juga bisa memicu timbulnya perilaku konsumtif mahasiswa seperti suka ikut-ikutan teman untuk melakukan hal yang kurang bermanfaat dan bisa menyebabkan pemborosan. Bahkan mahasiswa yang di kalangan ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup yang konsumtif akibat dari pergaulan mahasiswa yang memiliki ekonomi tinggi. Mereka lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli barang-barang yang bukan menjadi kebutuhan utamanya demi mengikuti trend masa kini daripada membeli barang-barang untuk perlengkapan perkuliahannya seperti buku-buku pelajaran, dan lain sebagainya. (Lutfiah et al., 2022)

Perilaku konsumtif ialah seseorang yang selalu memakai atau menggunakan sesuatu tanpa menghasilkan atau menciptakan serta selalu bergantung pada produksi yang orang lain buat. Istilah perilaku konsumtif dicirikan sebagai perilaku yang ditunjukkan pembeli dalam mencari, membeli, memanfaatkan, menilai, dan membeli barang yang mereka harapkan akan memenuhi kebutuhan mereka. juga mendefinisikan bahwa, "perilaku konsumtif adalah suatu keyakinan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang di butuhkan dalam jumlah besar untuk mencapai pemenuhan yang maksimal". Sifat konsumtif tentu tidak jauh dari manusia yang menyebabkan manusia tersebut berperilaku konsumtif dimana seseorang yang suka mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa melihat nilai kegunaan barang tersebut. Menurut wahyudi menyatakan bahwa, "perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang pada titik ini tidak bergantung pada perenungan normal, kecenderungan materialis, keinginan luar biasa untuk memiliki benda-benda yang mewah dan tidak perlu pemanfaatan semua dianggap paling mahal dan didorong oleh segala keinginan untuk memuaskan diri". Dari beberapa pernyataan diatas diambil kesimpulan bahwa seseorang yang berperilaku konsumtif adalah seseorang yang mengkonsumsi sesuatu didasarkan oleh hasrat keinginan yang besar tanpa

mempertimbangkan kepentingan barang tersebut seolah-olah hanya mencari kesenangan dan memuaskan dirinya sendiri.(Lutfiah et al., 2022)

Faktor eksternal, artinya pengaruh dari luar yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan konsumsi, didalam faktor eksternal ini terdapat banyak faktor-faktor seperti faktor kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan faktor keluarga. Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh farhan ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar dan dalam. Faktor luarnya terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Perayaan hari besar keagamaan termasuk kedalam suatu faktor kebudayaan baik itu hari lebaran, hari natal dan lain sebagainya membuat mereka melakukan perilaku konsumtif tersebut karena pada hari itu mereka senang membeli segala sesuatu khususnya pakaian baru, sendal baru karena sudah turunan dari keluarga apabila setiap perayaan hari raya harus menggunakan pakaian serba baru dengan alasan mereka ingin tampak istimewa pada hari tersebut, jika tidak maka tidak berasa lebaran, dan pada hari tersebut banyak pakaian yang keluaran atau model-model terbaru sehingga membuat mereka tergoda untuk membelinya, ada juga yang ingin pamer pada saat hari tersebut memperlihatkan apa yang digunakannya baru dengan barang yang bermerk dan terlihat keren, adapun yang ingin memuaskan keinginan mereka berbelanja pada hari tersebut dan ada yang ingin terlihat cantik/indah di hadapan Tuhannya, mereka banyak mengatakan merasa senang saat berbelanja pada hari itu. Hal ini sejalan dengan penelitian Mia pada perayaan hari raya selalu membeli baju dan sendal baru karena sudah terbiasa di dalam keluarga nya seperti itu membeli secara berlebihan di saat menyambut perayaan hari raya, ia juga menyebutkan bahwa membeli barangbarang untuk menyambut perayaan hari raya terjadi secara turun-temurun dari keluarga, ia menganggap apabila tidak membeli pakaian baru maka tidak dianggap lebaran.(Lutfiah et al., 2022)

Faktor internal, artinya pengaruh dari dalam yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan konsumsi, didalam faktor internal ini terdapat banyak faktor-faktor seperti faktor motivasi, kepribadian, konsep diri, proses belajar, dan gaya hidup. Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Fardhani, ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar dan dalam. Faktor dalamnya terdiri dari motivasi, kepribadian, konsep diri, proses belajar, dan gaya hidup. Faktor motivasi dijelaskan bahwa faktor yang didasari oleh adanya dorongan/kemauan di dalam diri seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif, sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Sumarwan motivasi dapat digambarkan sebagai dorongan utama dalam diri orang yang mendorong mereka untuk beraktivitas. Dorongan utama ini tercipta oleh kondisi tekanan yang ada sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi. Banyak mahasiswa mengatakan bahwa ia berbelanja atau membeli sesuatu berdasarkan kemauannya sendiri sesuai kebutuhan dan memuaskan keinginannya, kalau tidak ada dorongan pasti tidak akan membeli nya.

Ada yang mengatakan mereka pernah membeli sesuatu padahal tidak mereka butuhkan karena barang tersebut menarik di mata mereka mumpung ada diskon dan hanya sekedar suka dengan barang tersebut karena melihat barang tersebut membuat dirinya merasa senang, ada yang mengatakan bahwa ia ingin memilikinya, ini yang biasanya bisa menyebabkan pada hal pemborosan tidak bisa mengontrol

diri dalam suatu hal yang sebenarnya tidak mereka butuhkan tetapi ingin mereka miliki. Sejalan dengan penelitian dari Sri mengatakan bahwa motivasi tinggi dapat mendorong membeli suatu produk atau barang, maka mereka cenderung membeli tanpa menggunakan rasionalnya. Rasa keinginan sering kali muncul ketika seseorang mendapatkan pengaruh sehingga yang tadinya tidak ingin berbelanja menjadi belanja. Keinginan yang sangat kuat akan menjadi pendorong atau motivator yang menggerakkan seseorang untuk berperilaku kearah tujuannya.(Lutfiah et al., 2022)

Faktor kepribadian, faktor ini berdasarkan kepada karakter orang yang berbeda-beda memiliki kesenangan dan keunikan masing-masing. Banyak dari para informan mereka senang dalam berbelanja bahkan ada yang mengatakan juga hobi dalam berbelanja. Terlalu senang membeli sesuatu sehingga mereka pernah melakukan impulsive buying atau pembelian tanpa berencana dikarenakan barang itu terlihat bagus, edisi nya terbatas dan menggoda untuk di beli, ada juga yang mengatakan selagi ia membawa uang ia akan membeli barang tersebut yang tadi nya tidak ada rencana untuk membelinya jadi di beli. Hal ini sejalan dengan penelitian Mia mengatakan bahwa setiap orang mempunyai kepribadian yang senang dalam berbelanja, mereka berbelanja untuk memuaskan keinginannya, terlihat keren dan percaya diri apabila menggunakan barangbarang yang mahal(Lutfiah et al., 2022)

Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi mahasiswa pendidikan ekonomi adalah faktor kebudayaan yaitu pada saat menjelang hari besar keagamaan mereka selalu membeli pakaian baru dan faktor kelompok referensi, karena mereka selalu terpengaruh terhadap ajakan dari temannya. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi mahasiswa pendidikan ekonomi adalah faktor kepribadian, mereka senang dalam berbelanja atau membeli sesuatu karena dengan belanja bisa membuat mereka senang dan bisa menghilangkan rasa stres, mereka juga pernah melakukan impulsive buying atau pembelian tanpa berencana, faktor konsep diri yaitu kebanyakan dari mereka berbelanja sesuai dengan konsep diri mereka, mereka setuju jika menggunakan pakaian/barang yang bermerk akan terlihat keren serta percaya diri dan faktor gaya hidup dimana jika ada barang yang lagi booming/trend mereka mengikuti tren dan ingin memiliki barang tersebut Lutfiah et al., 2022)

Perilaku mahasiswa dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang memiliki pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Selain itu, sering juga didapati mahasiswa melakukan perilaku belanja berlebihan. Kebiasaan ini sering disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan kehidupan yang mewah dan berlebihan dan pola hidup yang didorong karena suatu keinginan selain itu untuk mencari kesenangan dan mengikuti trend yang sedang berkembang. Perilaku konsumtif juga dapat terjadi pada segala aspek seperti pembelian produk makeup, berbelanja makanan, pakaian, dan berbagai barang yang lain. Perilaku konsumtif tidak memandang perbedaan gender, karena laki-laki dan perempuan pada dasarnya memiliki pola berperilaku yang sama. Pada kondisi saat ini gaya hidup dan penampilan merupakan hal yang penting dikalangan mahasiswa, sering kali hal yang dilakukan bukan merupakan suatu kebutuhan yang utama, namun hanya untuk memenuhi keinginan dan mengejar gengsi. Dengan mengutamakan penampilan mahasiswa memiliki kebiasaan dalam membeli suatu barang atau sering disebut dengan belanja.(Luas et al., 2023)

Belanja merupakan kata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dalam konteks perekonomian. Belanja yang berlebihan biasa disebut sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif bisa terjadi pada berbagai kalangan dan tingkat usia, salah satunya mahasiswa, dengan berbagai alasan yang mempengaruhi perilaku tersebut. Hal ini juga dipengaruhi kemudahan akses belanja yang dapat dilakukan secara online. Hasil penelitian Siregar, mengatakan bahwa konsumen perempuan dan laki-laki mempersepsikan kemudahan dan efisiensi yang diperoleh saat berbelanja melalui e-commerce yang justru mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif di tengah pandemi. Perspektif mereka melalui aktivitas belanja di tengah pandemi, seperti wanita lebih banyak menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas belanja online dibandingkan pria. Wanita suka membuka aplikasi belanja online tanpa tujuan membeli melainkan hanya melihat berbagai promo dan barang yang tersedia di dalamnya (Luas et al., 2023)

Berdasarkan sudut pandang psikologis, perilaku konsumtif menyebabkan seseorang merasa cemas dan tidak aman, hal ini dikarenakan selalu merasa ada kebutuhan untuk membeli barang yang mereka inginkan, namun kegiatan pembelian tersebut tidak didukung oleh dukungan finansial yang memadai sehingga menimbulkan rasa cemas karena keinginan mereka tidak terpenuhi. Orang akan merasa rendah diri jika tidak bisa membeli apa yang diinginkannya dan masalah perilaku konsumtif merupakan sesuatu yang sering terjadi di kalangan mahasiswa jika perilaku tersebut terus menerus dilakukan maka akan berdampak merugikan pada individu tersebut, misalnya yaitu seseorang tidak puas dengan dirinya sendiri dan tidak mensyukuri apa yang dimiliki atau yang hilang. (Luas et al., 2023)

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri, dimana terdapat asosiasi individu dalam suatu kelompok yang menyebabkan timbulnya keinginan untuk membeli barang. Mahasiswa yang memiliki konsep diri positif akan terlihat lebih percaya diri, bersikap positif terhadap segala sesuatu dan mampu menghargai dirinya, sedangkan mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif akan merasa bahwa dirinya lemah, tidak mampu berbuat apa-apa, tidak disukai, mudah menyalahkan diri sendiri dan bersikap pesimis terhadap kehidupan. Konsep diri dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal, meliputi: intelegensi, motivasi dan emosi, kompetensi personal, episode keberhasilan dan kegagalan, status kesehatan serta kondisi dan penampilan fisik, sedangkan faktor eksternal, meliputi: lingkungan keluarga, status sosial, kebudayaan dan peran pendidik, fitss dalam Ghufro. (Luas et al., 2023)

Perilaku konsumtif akan semakin timbul ketika kepercayaan mahasiswa terhadap orang lain itu sangat tinggi jika orang lain merekomendasikan barang sesuatu yang akan di beli maka mahasiswa akan semakin konsumtif. Perilaku manusia tidak lepas dengan konsep diri karena menjadi salah satu frame of reference yang digunakan individu untuk melakukan interaksi dengan lingkungannya. Konsep diri merupakan gambaran seseorang terhadap diri sendiri, yang dapat mengarah pada konsep diri positif dan negatif. Dengan demikian, konsep diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang (Luas et al., 2023)

Perilaku konsumtif yang biasa terjadi di lingkungan mahasiswa yaitu untuk menjaga penampilan dengan membeli barang berlebihan, berupa pakaian, tas, asesoris dan sejenisnya. Fenomena

ini juga nampak pada mahasiswa program studi Bimbingan dan konseling di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Perkembangan fashion di lingkungan kampus khususnya di program studi Bimbingan dan Konseling Universitas Kristen Satya Wacana, banyak mahasiswa menggunakan pakaian yang berlebihan, bahkan tidak sesuai dengan aturan yang berlaku di lingkungan kampus, termasuk menggunakan make up berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan mahasiswa sangat terpengaruh oleh perkembangan fashion saat ini dan lebih mengutamakan penampilan daripada studinya. Seorang mahasiswa yang seharusnya fokus pada perkuliahan namun pada kenyataannya ditemukan masih banyak yang lebih fokus kepada penampilan dan menunjukkan kemewahan. (Luas et al., 2023)

Gaya hidup perilaku konsumtif hanya untuk mengutamakan penampilan di lingkungan kampus akan menjadi masalah yang lebih karena dapat menular, sehingga tidak fokus dalam studinya melainkan hanya mengejar penampilan saja. Berdasarkan paparan dan gejala masalah tersebut, bagaimana pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa BK FKIP UKSW angkatan 2009, sehingga peneliti tergugah untuk melakukan penelitian dengan topik "Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Bimbingan dan Konseling di Universitas Kristen Satya Wacana". Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi "Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Angkatan 2019 Universitas Kristen Satya Wacana". Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi program studi Bimbingan dan Konseling dan para mahasiswa, sehingga dapat menurunkan tingkat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. (Luas et al., 2023)

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa BK UKSW Angkatan 2019. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai R square sebesar 0,097 atau 9,7% yang memiliki arti konsep diri memiliki pengaruh 0,097 atau 9,7% dengan perilaku konsumtif. Saran bagi program studi BK yaitu bersedia meningkatkan konsep diri mahasiswanya supaya tidak memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dengan melihat faktor-faktor yang sudah dituliskan pada bab 2 di atas. Saran kepada mahasiswa BK yaitu agar menumbuhkan kesadaran dalam diri, mengapa mereka berperilaku konsumtif. Apakah perilaku itu benar-benar untuk memenuhi kebutuhan ataukah hanya sekedar untuk memenuhi keinginan dan kesenangan sesaat saja, namun sikap rasional perlu di ambil dalam menghadapi kondisi pasar yang demikian. (Luas et al., 2023)

Mahasiswa perlu membuang jauh-jauh sikap emosional dalam mengkonsumsi suatu produk. Dan mahasiswa tidak terlalu memfokuskan diri pada model yang sedang trend yang ditawarkan. Kemudian saran bagi peneliti selanjutnya adalah penelitian ini masih dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti, harga diri, persepsi, pola asuh orang tua dan dukungan keluarga dan selanjutnya jika tertarik dengan penelitian ini dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai konsep diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat menambahkan metode pengumpulan data selain angket, seperti menggunakan

metode observasi ataupun wawancara dengan menambahkan metode tersebut maka data yang diperoleh akan semakin lengkap.(Luas et al., 2023)

## SIMPULAN

Perilaku Konsumtif Merupakan kecenderungan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Berdasarkan survei awal tentang perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Prodi MIK STIKes Santa Elisabeth Medan. Dari 10 partisipan terdiri dari 60% perempuan dan 40% laki-laki. Sebagian besar partisipan (70%) berusia antara 18-34 tahun, bahwa Dalam satu bulan terakhir, 55% partisipan mengaku berbelanja di luar kebutuhan pokok sebanyak 3-5 kali, sementara 30% lainnya melakukannya lebih dari 5 kali. Pengeluaran rata-rata untuk barang konsumtif per bulan sebagian besar berada di rentang Rp 500.000 - Rp 1.000.000 (40%) dan Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 (35%). Perilaku konsumtif partisipan dalam berbelanja barang adalah untuk mengikuti tren, menyenangkan diri sendiri dan partisipan sering terpengaruh oleh promosi atau diskon saat berbelanja. Sumber pendapatan utama untuk berbelanja barang konsumtif adalah uang saku dari orang tua (65%).

## DAFTAR PUSTAKA

- Endang. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga. *Journal Psikologi*, 1(2), 146–156.
- Farhan, M. (2022). Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.38035/rrj.v5i1.561>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Fransisca, Charissa Erdiansyah, Rezi. *Prologia*, 4(2), 435.
- Harita, Y. Y., Gusnardi, & Isjoni, M. Y. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13522–13530.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mulyani, W. (2013). No Title66(1997), 37–39.
- Nadhifah, H. A., Arif, M., Sucipto, B., Sudibyoy, H., Tegal, U. P., & Arif, M. (2024). Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17–27. <https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195>

- Siallagan, A. M., Derang, I., & ... (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung* .... <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>
- Sofiana, I. I., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal EMPATI*, 9(1), 58–64. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.26922>
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- (Endang, 2013; Farhan, 2022; Fransisca & Erdiansyah, 2020; Harita et al., 2022; Lestarina et al., 2017; Luas et al., 2023; Lutfiah et al., 2022; Mulyani, 2013; Nadhifah et al., 2024; Siallagan et al., 2021; Sofiana & Indrawati, 2020; Tripambudi & Indrawati, 2020)(Endang, 2013; Farhan, 2022; Fransisca & Erdiansyah, 2020; Harita et al., 2022; Lestarina et al., 2017; Luas et al., 2023; Lutfiah et al., 2022; Mulyani, 2013; Nadhifah et al., 2024; Siallagan et al., 2021; Sofiana & Indrawati, 2020; Tripambudi & Indrawati, 2020)Endang. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 146–156.
- Farhan, M. (2022). Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.38035/rj.v5i1.561>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Fransisca, Charissa Erdiansyah, Rezi. *Prologia*, 4(2), 435.
- Harita, Y. Y., Gusnardi, & Isjoni, M. Y. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13522–13530.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mulyani, W. (2013). No Title66, עלון הנטע. תמונת מצב: ענף הקיווי (1997), 39–37.
- Nadhifah, H. A., Arif, M., Sucipto, B., Sudiby, H., Tegal, U. P., & Arif, M. (2024). Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17–27. <https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195>
- Siallagan, A. M., Derang, I., & ... (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung* .... <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>

- Sofiana, I. I., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal EMPATI*, 9(1), 58–64. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.26922>
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>