



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 2147-2157

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

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

*Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Yang Menjelajahi Media Sosial:  
*Literature Review*

Dewita Nur Wulandari<sup>1✉</sup>, Komang Rahayu Indrawati<sup>2</sup>

Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana

Email : [dewitanur079@student.unud.ac.id](mailto:dewitanur079@student.unud.ac.id)<sup>1✉</sup>

Abstrak

Perilaku konsumtif sering terjadi pada remaja di rentang usia 18 hingga 22 tahun, pada fase ini remaja berada pada fase pendidikan sebagai mahasiswa. Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi barang yang tidak diperlukan, tentunya perilaku konsumtif memiliki dampak negatif salah satunya seperti munculnya kecemburuan sosial. Hal tersebut dapat menghambat mahasiswa yang seharusnya memiliki tugas utama untuk menuntut ilmu menjadi tidak terpenuhi karena perilaku konsumtif yang tidak terkendali sebagai akibat dari penggunaan media sosial, sehingga mahasiswa diharuskan untuk bijaksana dalam menggunakan media sosial. Tulisan ini memiliki tujuan untuk menelaah penelitian-penelitian yang meneliti mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa yang disebabkan oleh media sosial. Tulisan ini menggunakan metode kajian literatur deskriptif yang dilakukan pada 10 jurnal penelitian dengan jumlah responden yang bervariasi. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif yang dimiliki oleh mahasiswa.

Kata kunci: *Perilaku Konsumtif; Media Sosial; Mahasiswa*

## Abstract

Consumptive behavior often occurs in adolescents aged 18 to 22 years old, during this phase, adolescents are in the educational phase as college students. Consumptive behavior is the act of consuming unnecessary goods; certainly, consumptive behavior has negative impacts, one of which is the emergence of social jealousy. This can hinder students who should have the primary task of pursuing knowledge from fulfilling their duties due to uncontrolled consumptive behavior resulting from the use of social media. Therefore, students are required to use social media wisely. This paper aims to examine research on consumptive behavior in college students caused by social media. This paper employs a descriptive literature review method conducted on 10 research journals with varying numbers of respondents. The results indicate that the use of social media by college students has a positive influence on the consumptive behavior exhibited by students.

*Keywords: Consumptive; Social Media; College Student*

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan di era digital saat ini, telah banyak memberikan dampak bagi para mahasiswa. Hal tersebut ditandai dengan semakin mudahnya mahasiswa untuk mengakses berbagai macam hal, contohnya seperti penggunaan media sosial. Media sosial merupakan suatu wadah yang memungkinkan individu untuk berinteraksi secara *online* atau dalam jaringan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Banyak individu yang semakin mengandalkan media sosial untuk memperoleh informasi tentang berbagai produk barang, makanan, jasa dan lainnya untuk menjadi pembanding atas pilihan produk yang mereka temui sebelumnya, serta untuk memaksimalkan pengetahuan sebelum membuat keputusan penting terhadap pembelian produk yang diinginkan. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa pada tahun 2022 ini terdapat 3.012 individu yang berusia 19 - 34 tahun yang menggunakan internet di Indonesia dengan kontribusi sebesar 25,68% dengan persentase total sebesar 77,02%. Dengan maraknya individu yang menggunakan internet tentunya individu tersebut akan mudah mengakses media sosial dan melakukan pembelian produk secara *online*.

*Consumptive behavior* atau perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa berpikir secara rasional untuk mendapatkan perasaan puas dan kenyamanan fisik secara berlebihan (Hotpascaman dalam Mardiah, 2019). Perilaku konsumtif ini terjadi sebab adanya keinginan yang besar untuk memiliki benda-benda yang diinginkan tanpa memperhatikan kebutuhannya, sehingga sebagian besar pembelian barang-barang tersebut hanya dilakukan untuk memuaskan kesenangan semata.

Menurut Sembiring (dalam Fitriyani et al., 2013) bahwa orang yang mempunyai perilaku konsumtif ini bisa dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi serta kegunaan saat

membeli barang, melainkan mempertimbangkan nilai yang melekat di barang tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif memiliki arti sebagai perilaku boros dan juga berlebihan yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.

Perilaku konsumtif tentunya berbeda dengan perilaku kompulsif. Perilaku kompulsif menurut Nurmalasari (2016) adalah hasil dari ketidakmampuan individu dalam mengendalikan diri ketika melakukan sesuatu yang dipersepsikan dapat memenuhi kebutuhan psikologis dari individu tersebut. Perilaku kompulsif ini merupakan perilaku dimana individu memiliki dorongan yang tidak tertahankan untuk melakukan sesuatu, contohnya seperti individu merasakan kompulsi untuk terus mencuci tangan secara berulang. Sedangkan perilaku konsumtif ini termasuk ke dalam perilaku impulsif. Perilaku impulsif menurut Moeller (dalam Herman et al., 2018), adalah kecenderungan individu untuk bertindak cepat dan tidak terencana dalam menanggapi rangsangan dari luar maupun dari dalam tanpa mempertimbangkan akibat negatif dari tindakan yang dilakukannya.

Kehidupan mahasiswa setiap harinya tidak jauh dari penggunaan *gadget* seperti laptop dan *handphone* (hp) yang mengharuskan penggunaannya untuk selalu terhubung dengan internet. Dengan terhubungnya mahasiswa dengan internet tentunya mahasiswa dapat mengakses dan memanfaatkan media sosial untuk berbelanja dengan cara yang mudah, barang yang dipesan langsung diantarkan kerumah dan pembayaran bisa dilakukan secara *online* dengan menggunakan *gadget* sehingga mahasiswa dapat berbelanja tanpa perlu mengeluarkan banyak tenaga. Jika mahasiswa melakukan kegiatan tersebut secara terus menerus untuk memenuhi kebutuhan barang atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan dan mengeluarkan uangnya secara tidak terkendali maka perilaku tersebut tentunya mencerminkan perilaku konsumtif.

Menurut Santrock (2007) masa remaja akhir terjadi pada individu dengan rentang usia 18 hingga 22 tahun, sehingga mahasiswa dapat digolongkan sebagai bagian dari remaja akhir. Salah satu tugas perkembangan remaja menurut Havighurst (dalam Saputro, 2018) bahwasannya remaja harus mempersiapkan diri untuk mencapai kebebasan ekonomi. Pada tahap ini mahasiswa harusnya sudah mulai berlatih untuk dapat berdiri sendiri secara ekonomi.

Kenyataannya masih ada mahasiswa yang tidak melakukan hal-hal yang menunjang terbentuknya kemandirian secara ekonomi seperti mengelola keuangan dan menabung, melainkan melakukan hal-hal yang malah berkaitan dengan perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pulungan & Febriaty (2018), mahasiswa berperilaku konsumtif dengan tujuan untuk menjaga penampilan dan harga diri yang

dimiliki, bahkan mahasiswa tersebut tidak memiliki tabungan aktif dan hidupnya masih menjadi tanggungan orang tua.

Perilaku konsumtif memiliki dampak negatif, seperti yang dikemukakan oleh Irmasari (dalam Fitriyani et al., 2013) bahwa perilaku konsumtif menyebabkan dampak negatif bagi remaja seperti munculnya kecemburuan sosial, kurangnya kesempatan untuk menabung, serta tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Gaya hidup yang boros, ketergantungan dan selalu merasa tidak puas akan pencapaian yang dimiliki juga merupakan dampak negatif dari perilaku konsumtif (Maulana et al., 2020). Selain itu, mahasiswa akan merasakan cemas karena adanya tuntutan yang mengharuskan individu untuk membeli barang yang diinginkannya tersebut (Asri, 2017).

Berdasarkan uraian tersebut, penulis menjadi tertarik untuk melakukan analisis terhadap penelitian yang telah dilakukan mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa yang sering menggunakan media sosial itu dapat terjadi. Sehingga, tujuan dari penulisan *literature review* ini adalah untuk mengetahui apakah media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pembuatan artikel *literature review* ini adalah, dengan menggunakan jurnal penelitian yang telah ada sebelumnya sebagai bahan dalam menyusun artikel ini. Kata kunci yang digunakan dalam mencari jurnal yaitu "perilaku konsumtif", "*consumptive behavior*", "media sosial dan perilaku konsumtif", "mahasiswa konsumtif dan media sosial mahasiswa" dan "*consumptive behavior* mahasiswa". Periode pencarian dan pengumpulan jurnal yang akan digunakan dilakukan pada 3 September 2022 hingga 20 November 2022 dan dilanjutkan dengan proses analisis dan penyusunan hingga 10 Desember 2022. Adapun kriteria inklusi subjek yang digunakan adalah mahasiswa, tahun terbit jurnal dengan rentang publikasi 10 tahun terakhir yaitu sekitar 2022 – 2012, *open access* dan juga *full text*. Kemudian, kriteria eksklusi yang digunakan adalah subjek dengan siswa SMP atau SMA.

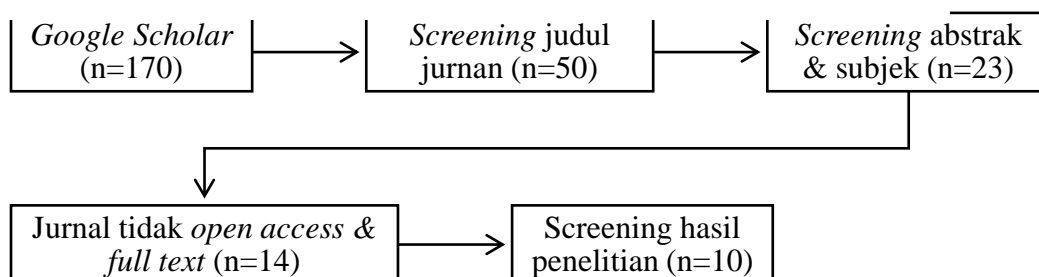
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Penelusuran jurnal penelitian dilakukan melalui database elektronik menggunakan *Google Scholar*. Dalam pencarian literatur tersebut ditemukan 170 hasil. Berdasarkan hal tersebut, kemudian dilakukan *screening* pada judul jurnal sehingga terdapat 50 hasil. Setelah itu, dilakukan *screening* pada abstrak dan subjek, sehingga menghasilkan 23 hasil.

Terdapat 9 artikel yang tidak dapat diakses untuk umum dan juga *full text*. Kemudian, 14 jurnal yang tersisa tersebut melewati proses *screening* pada hasil penelitian dan diperoleh 10 artikel jurnal yang memiliki kesesuaian terhadap topik yang dikaji.

**Gambar 1.** Proses Pencerian Artikel yang Ditinjau



Tabel 1. Hasil Kajian Literatur yang Terpilih

Judul	Penulis	Hasil Kajian
Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif.	Abdullah, M. N. F. & Suja'i, I. S.	Adanya pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ .
Pengaruh Belanja Online di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa	Wahyuni, N. S., & Istiana	Adanya pengaruh media sosial berupa aplikasi belanja memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan nilai kontribusi relatif 35.8% dan kontribusi efektif 72.9%.
Pengaruh Instagram Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri	Lukiani, E. R. M., Rizka, A. N., Afandi, T. Y., Arifin, Z., Surindra, B., Irmayanti, E., & Wahyu, P. E.	Adanya pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif secara positif dengan beberapa peran Instagram yang membentuk perilaku konsumtif seperti durasi, frekuensi, jumlah pengikut, konten yang diikuti, dan hal diunggah.
Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap	Muttaqin, F. N., Noviani, L., & Sudarno	Adanya pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi sebesar $0.183 > 0.05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel sebesar $4.485 > 1.976$ .

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi		
Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura	Neti, U., Ulfah, M., & Syahrudin, H.	Adanya pengaruh dari intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif dengan persentase sebesar 21.5%.
Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Anggraeni, E., & Setiaji, K.	Adanya pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif dengan persentase sebesar 31.3%.
Pengaruh Facebook Sebagai <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Efendi, M. R., Wahyuni, S., & Zulianto, M.	Adanya pengaruh Facebook sebagai <i>social media marketing</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan persentase sebesar 95.5%
Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	Kadeni & Srijani, N.	Adanya pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar $0.006 < 0.05$ .
Pengaruh Instagram <i>Online Store</i> , Konformitas dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa	Wibowo, B. S.	Adanya pengaruh Instagram <i>online store</i> terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $\beta = 0.220, P < 0.05$ .
Pengaruh Instagram Sebagai Media <i>Online Shopping Fashion</i>	Miranda, S., & Lubis, E. E.	Adanya pengaruh Instagram sebagai media <i>online shopping fashion</i> terhadap perilaku konsumtif dengan nilai t hitung

Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau		> t tabel sebesar 7.653 >1.986 dan dengan nilai signifikansi 0.000<0.05.
--	--	--

Media sosial adalah sarana komunikasi di Internet yang memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan dirinya, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain serta menciptakan ikatan sosial antar pengguna tersebut secara virtual (Nasrullah dalam Puspitarini, 2019). Media sosial merupakan salah satu penunjang terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa (Abdullah & Suja'i, 2022; Anggraeni & Setiaji, 2018; Efendi et al., 2018; Kadeni, 2018; Lukiani et al., 2021; Miranda et al., 2017; Muttaqin et al., 2022; Neti et al., 2020; Wahyuni, 2022; Wibowo, 2018).

Riset lain juga menemukan bahwa media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Contohnya seperti penelitian milik Fransisca & Erdiansyah (2020), menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial seperti melakukan perbincangan di media sosial dapat meningkatkan terjadinya perilaku konsumtif, karena media sosial memiliki fungsi untuk berkomunikasi dan dapat mempengaruhi individu untuk mengikuti apa yang sedang menjamur di kalangan masyarakat. Perbincangan di media sosial yang dimaksud adalah tukar-menukar informasi dan menanyakan pendapat.

Selain itu, penelitian milik Harita et al. (2022) juga menyebutkan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hal tersebut dikarenakan penggunaan media sosial memberikan kontribusi besar untuk mempengaruhi mahasiswa guna mengikuti sesuatu hal yang sedang naik daun sehingga hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif. Penelitian milik Rapyayogha et al. (2021) juga mengungkapkan bahwa adanya pengaruh dari penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, karena dengan adanya media sosial mahasiswa dapat mengetahui berbagai informasi yang ada. Sehingga, media sosial tidak jarang dijadikan tempat untuk mengumbar aktivitas dan menjadi tempat bersaing untuk menjadi individu yang "lebih" dari individu lainnya.

Sejalan dengan beberapa penelitian yang telah dikaji, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Di dalam beberapa jurnal yang dikaji tersebut, terdapat interaksi dengan variabel lain dan variabel tersebut juga memiliki pengaruh positif terhadap terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa seperti gaya hidup, teman sebaya, status sosial dan konformitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Kartini et al. (2022) mengungkap bahwa perilaku konsumtif yang muncul pada mahasiswa berawal dari kebiasaan mahasiswa untuk berbelanja di *online shop* yang disediakan oleh media sosial yang digunakan. Lebih lanjut, Sari & Subaida (2019) mengemukakan hasil penelitiannya yang menyebutkan bahwa *online shop* yang ada di setiap media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa, hal ini ditunjukkan dengan hasil uji simultan dan hasil uji parsial yang menyebutkan bahwa *selective attention*, motivasi, kepercayaan, pendapat dan pembujukan, serta kepribadian dan penyesuaian diri pada mahasiswa memiliki pengaruh terhadap mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Farasyi & Iswati (2021), di dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, namun dalam penelitian tersebut juga terdapat variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif seperti *e-lifestyle* dan budaya digital.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari jurnal-jurnal yang telah dikaji dalam penulisan *literature review* ini dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sedangkan, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yaitu gaya hidup, teman sebaya, status sosial, konformitas, *e-lifestyle*, budaya digital dan bahkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Adapun rekomendasi yang telah dirangkum mengenai beberapa cara yang dapat digunakan oleh mahasiswa guna menanggulangi perilaku konsumtif dalam bermedia sosial seperti: 1) melakukan perbandingan harga dan kualitas pada *online shop*, 2) mengatur intensitas penggunaan media sosial, 3) mengatur skala prioritas dalam berbelanja, 4) menggunakan waktu luang untuk hal-hal yang positif, 5) bijaksana dalam bermedia sosial dan tidak mengikuti tren yang sedang naik daun, 6) lebih selektif dan rasional dalam membeli barang, 7) belajar untuk mengontrol diri dari pengaruh yang ada di sekeliling kita, 8) membedakan keinginan dan kebutuhan, 9) berlatih untuk mengatur keuangan.

Keterbatasan dalam penulisan *literature review* ini seperti kurangnya waktu peneliti untuk mencari jurnal-jurnal mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa lebih banyak, selain itu juga karena terkadang jurnal-jurnal yang membahas hal tersebut tidak *open access* sehingga tidak dapat dijangkau oleh masyarakat umum. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti terkait pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dengan proses analisis sehingga hasil yang diberikan akan lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 9.
- Arif, M. (2022, June). *Profil Internet Indonesia 2022*. <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- Asri, A. (2017). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI Sma Negeri 1 Babelan. *JPPP - Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 1(1), 197–202. <https://doi.org/10.21009/JPPP.011.26>
- Dwikurnaningsih, Y., Irawan, S., & Dewi, M. P. (2021). Pengaruh Online Shop Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan*, 4(2), 119. <https://doi.org/10.30598/jbkt.v4i2.1456>
- Efendi, M. R., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Facebook Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12(1), 82. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.7591>
- Farasyi, F. A., & Iswati, H. (2021). Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif. *Syntax Idea*, 3(11), 2355. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i11.1569>
- 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. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Harita, Y. Y., Gusnardi, & Isjoni, M. Y. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. 6, 9.
- Herman, A. M., Critchley, H. D., & Duka, T. (2018). The role of emotions and physiological arousal in modulating impulsive behaviour. *Biological Psychology*, 133, 30–43. <https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2018.01.014>
- Kadeni. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>

- Kartini, K., Asdi, R. S., Lubis, N., Soraya, E., & Fahri, Z. (2022). Analisis Peranan Media Sosial Dalam Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS UINSU. *Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies*, 2(2), 77–88. <https://doi.org/10.56672/alwasathiyah.v2i2.60>
- Lukiani, E. R. M., Tjetjep, T. Y. A., Zainal, Z. A., Bayu, B. S., Elis, E. I., & Efa, E. W. P. (2021). Pengaruh Instagram Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri: Pengaruh Instagram Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v1i1.16285>
- Mardiah, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri di Kota Pekanbaru. *JURNAL AL-IQTISHAD*, 13(2), 93. <https://doi.org/10.24014/jiq.v13i2.4391>
- Maulana, I., Manulang, J. M. br., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 28–34. <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.823>
- Miranda, S., Lubis, E. E., & Si, M. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. 4, 15.
- Muttaqin, F. N., Noviani, L., & Sudarno, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 237–246. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p237-246>
- Neti, U., Ulfah, M., & Syahrudin, H. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. 8.
- Nurmalasari, Y. (2016). Konseling Singkat Berfokus Solusi Dalam Mengembangkan Kemampuan Mengendalikan Compulsive Internet Use Siswa. 3, 16.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 2(3), 9.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Raprayogha, R., Kara, M., & Dahlan, N. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram, Kelompok Teman Sebaya dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. 3(2), 11.
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja* (Kesebelas). Erlangga.

- Saputro, K. Z. (2018). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 25. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i1.1362>
- Sari, R. K., & Subaida, I. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(1), 38. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v3i1.367](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i1.367)
- Wahyuni, N. S. (2022). Pengaruh Belanja Online di Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. 4.
- Wibowo, B. S. (2018). Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas Dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa. *JBTI: Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 9(1). <https://doi.org/10.18196/bti.91095>