

GAYA HIDUP HEDONIS DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS WIJAYA PUTRA SURABAYA

Ita Ulfa Putri¹, Ressy Mardiyanti², Evi Ristanti³

¹Fakultas Psikologi Universitas Wijaya Putra

²Fakultas Psikologi Universitas Wijaya Putra

³Fakultas Psikologi Universitas Wijaya Putra

19081029@student.uwp.ac.id ; ressymardiyanti@uwp.ac.id; 19081018@student.uwp.ac.id

Abstract :

The development of online shops in Indonesia is very fast, be it through the marketplace or social media. Currently, social media, especially Instagram, is increasingly being used as a medium for selling, because it has more attractive features and is easier to influence viewers. Instagram is starting to become part of the lifestyle of teenagers, especially students. They duplicate the style of someone who he thinks is very good in appearance. Seeing what he is wearing and trying to imitate it in hopes of becoming like the one he imitates. This behavior encourages someone to buy anything that is used by the celebrity, some even leads to consumptive behavior. The purpose of this study was to determine the effect of a hedonic lifestyle on the consumptive behavior of psychology student Wijaya Putra Surabaya. This study uses quantitative research methods, taking into account the normality and linearity of the data, and testing the hypothesis using simple regression analysis with the help of SPSS 20 software. The sampling technique is purposive sampling and the results of data processing show a significance level of $0.007 < 0.05$. This means that there is an influence of a hedonic lifestyle with consumptive behavior in psychology students at Wijaya Putra University.

Keywords: Hedonic, Consumptive Behavior

Abstrak :

Perkembangan online shop di Indonesia sangat pesat, baik itu melalui marketplace ataupun media social. Saat ini media social, terutama instagram semakin sering digunakan sebagai media untuk berjualan, karena lebih menarik fiturnya dan lebih mudah mempengaruhi para viewer. instagram mulai menjadi bagian dari gaya hidup para remaja khususnya para pelajar atau mahasiswa. Mereka menduplikat gaya seseorang yang menurutnya sangat baik dalam berpenampilan. Melihat apa yang dikenakan dan mencoba untuk menirunya dengan harapan bisa menjadi seperti yang ditirunya. Perilaku ini mendorong seseorang untuk membeli apapun yang digunakan oleh selebgram, bahkan ada yang mengarah pada perilaku konsumtif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa psikologi Wijaya Putra Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan memperhatikan uji normalitas dan linieritas data, dan pengujian hipotesisnya menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan software SPSS 20. Teknik pengambilan sampel dengan cara purposive sampling dan hasil olah data menunjukkan taraf signifikansi $0,007 < 0,05$. Hal ini memiliki arti bahwa ada pengaruh gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi universitas Wijaya putra.

Kata kunci : Hedonis, Perilaku Konsumtif

Pendahuluan

Saat ini teknologi semakin maju, bukan hanya dimanfaatkan sebagai alat berbagi kabar, namun sudah dijadikan media untuk jual beli juga. Online Shop berkembang sangat pesat baik itu melalui marketplace ataupun media social seperti Instagram. Media-media sosial saat ini banyak digunakan sebagai sarana untuk berjualan. Hal ini karena fitur yang ditawarkan sangat menunjang untuk dijadikan media berjualan (O'Brien, 2016). Media social yang paling sering digunakan atau dilihat oleh kalangan pelajar atau mahasiswa adalah Instagram. Menurut hasil surey yang dilakukan oleh media kontan (Suherlan, 2021) Instagram merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak dan di App Store menempati peringkat 3 aplikasi gratis teratas dengan rating 4,8 dari 5. Instagram merupakan sosial media yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara daring. Selain dapat mengunggah foto atau video, Instagram juga mempunyai beberapa fitur lain seperti Instastories, IGTV, reels, Direct Message, panggilan video dan masih banyak lagi.

Penggunaan instagram saat ini lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan hingga terkadang tidak ada batas antara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya. Tidak bisa dipungkiri lagi perkembangan media ikut juga berperan aktif dalam perubahan gaya hidup seseorang, terutama pelajar atau mahasiswa. Gaya hidup juga sudah menjadi panutan bagi orang-orang yang mengenalnya, karena dengan seperti itu akan nampak cara hidup yang mereka inginkan, sesuai kebutuhan mereka tanpa harus memikirkan orang lain. Beberapa mahasiswa yang masih melihat trend-trend gaya hidup sekarang ataupun masa depan, yang lebih dikenal dengan gaya hidup modern, kebanyakan adalah menduplikat dari gaya seseorang yang menurutnya sangat baik dalam berpenampilan. Melihat apa yang dikenakan dan mencoba untuk menirunya dengan harapan bisa menjadi seperti yang nampak. Terkadang mahasiswa memaksakan dirinya untuk sebanding dengan orang-orang disekitarnya yang mungkin mapan dalam ekonominya. Tanpa para mahasiswa sadari, mereka masuk dalam pergaulan kota yang sangat mengedepankan penampilan. Kebanyakan orang menganggap pendidikan sebagai gaya hidup bahkan mereka tidak mau ketinggalan dari temannya. Perilaku ini yang disebut sebagai hedonism.

Menurut Kunto (dalam Rachmatan, 2016) menyatakan bahwa hedonism merupakan aktivitas apapun yang dilakukan demi mencapai kenikmatan bagaimanapun caranya, apapun sarananyadan apapun akibatnya. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2016), gaya hidup

adalah pola hidup seseorang dalam menjalani dunia kehidupan yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Lalu disimpulkan juga bahwa gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat maupun opini yang selalu menekankan pada tujuan akhir yaitu tujuan hidup. Adapun karakteristik gaya hidup hedonis menurut Cicerno (Russell, 2014):

1. Memiliki pandangan gaya instan, melihat pada hasil akhir dan tidak memperhatikan proses. Hal ini membawa menggiringkearah sikap selanjutnya yaitu, melakukan rasionalisasi atau pembenaran dalam memenuhi kesenangan
2. Menjadi pengejar modernitas fisik. Orang tersebut berpendapat bahwa memiliki barang-barang berteknologi tinggi adalah sebuah kebanggaan
3. Memenuhi banyak keinginan spontan yang muncul. Dapat didefinisikan bahwa orang tersebut jika menginginkan sesuatu maka harus segera terpenuhi
4. Memiliki relativitas kenikmatan di atas rata-rata. Relativitas inidiartikan jika sesuatu yang bagi masyarakat umum sudah termasuk kedalam tatanan kenikmatan namun bagi orang tersebut tidak termasuk dalam sebuah kenikmat.

Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa terdapat 2 faktor yang menyebabkan gaya hidup hedonis yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, konsep diri, presepsi, motif, dan kepribadian. Sedangkan faktor eksternal meliputi keluarga, kelas sosial, kebudayaan dan kelompok referensi.

Gaya hidup hedonis saat ini sangat banyak dilakukan dikalangan mahasiswa, yang mana mahasiswa seharusnya menjadikan kampus sebagai tempat memperoleh ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, bersosialisasi sesama mahasiswa, namun yang terlihat justru dijadikan ajang pamer penampilan dan gaya hidup mereka (Oktaviani, 2019). Hal ini mengakibatkan banyak mahasiswi menerapkan gaya hidup konsumtif, membawa mahasiswi ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan di lingkungan sekitar supaya setara, kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswi diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada.

Perilaku ini mendorong seseorang untuk membeli apapun yang digunakan, bahkan ada yang mengarah pada perilaku konsumtif. Menurut Enrico et al. (2014) dalam kaitannya dengan

perilaku konsumtif, menyatakan bahwa tendensi perilaku konsumtif remaja sebagian besar terbentuk dengan melihat dan meniru orang lain dalam konteks sosial. Ini terlihat dari kecenderungan mahasiswa yang cenderung memasuki suatu kelompok maka pengaruh pemberian norma oleh kelompok tersebut akan berdampak pada timbulnya konformitas yang kuat. Kondisi demikian dapat membuat mahasiswa untuk ikut atau lebih menyesuaikan diri dengan norma atau kelompok agar mendapat penerimaan dari kelompok tersebut.

Chita, David, dan Pali (2015), menjabarkan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang mengkonsumsi tiada batas dan membeli secara berlebihan. Menurut Moningka (2006), ada 3 tipe perilaku konsumtif, yaitu:

1. Konsumsi adiktif (*addictive consumption*), yaitu mengkonsumsi barang atau jasa karena ketagihan.
2. Konsumsi kompulsif (*compulsive consumption*), yaitu berbelanja terus menerus tanpa memperhatikan apa yang sebenarnya menjadi kebutuhan.
3. Pembelian impulsif (*impulsive buying*), pada pembelian impulsif, produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu.

Perilaku Konsumtif menurut Kotler (2005) dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu :

1. Faktor Budaya, faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku.
2. Faktor Sosial, yang juga terbagi menjadi 3 yaitu : kelompok acuan individu, keluarga, peran dan status peran.
3. Faktor Personal, Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik rata-rata atas produk dan jasa mereka.
4. Faktor Psikologis, terdiri dari motivasi, persepsi, konsep diri kepribadian, control diri dan pengalaman belajar.

Mahasiswi yang memiliki kemampuan dalam hal finansial menjadi mudah terpengaruh untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif tersebut. Mahasiswi akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merek terkenal, bukan lagi melalui prestasi. Sebagian mahasiswi lain yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup konsumtif akibat tuntutan pergaulan. Sehingga sebagian mahasiswi kini hanya mementingkan penampilan, gengsi, dan mengikuti lingkungan sekitar.

Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Wibowo Setia (2018) yang berjudul “Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas Dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa”, hasilnya membuktikan adanya pengaruh instagram online store, konformitas terhadap perilaku konsumtif dan dampaknya terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa. Penelitian lain dilakukan oleh Oktaviani Dewi (2019) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro”, hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa IAIN Metro penggunaan media sosial seperti instagram, whatsapp dan facebook menjadi lifestyle atau gaya hidup bagi mahasiswa IAIN Metro dan perilaku pembelian impulsif karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/ keinginan sesaat. Berdasarkan pada uraian diatas, maka peneliti sangat tertarik untuk mengetahui tentang pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswi psikologi Wijaya Putra Surabaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanasinya yaitu asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel satu dengan yang lain. Subjek penelitian diambil dari mahasiswi psikologi universitas Wijaya putra, dengan teknik sampling purposive, yaitu berdasarkan pada kriteria tertentu. teknik ini merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria samplingnya adalah:

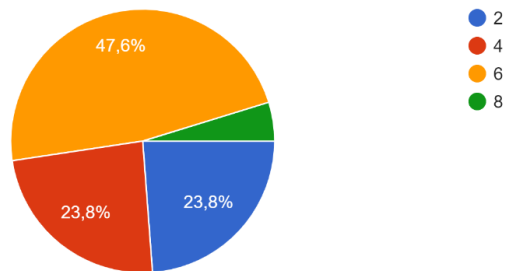
1. Mahasiswi yang masih aktif di fakultas psikologi Universitas Wijaya Putra
2. Aktif dalam bermedia social, terutama Instagram
3. Sering membeli produk karena terpengaruh iklan di Instagram

Jumlah sample yang terpilih sebanyak 30 mahasiswi. Skala yang digunakan dalam pengukuran mengadaptasi dari penelitian Gustian pada tahun 2020 dan penelitian sumartono pada tahun 2022 dengan bentuk skala likert, yang telah diuji reliabilitas dan validitasnya. Sebelum melakukan uji hipotesis, dilakukan uji prasyarat, yaitu uji normalitas dan linieritas. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan software SPSS 20.

Hasil dan Pembahasan

Data yang diambil pada mahasiswa psikologi dari berbagai semester, mulai semester 2 hingga semester 8, seperti yang tertera dalam grafik pie dibawah ini.

Grafik 1.1



Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa dari 30 jumlah subjek penelitian, terdapat mahasiswi semester 2 (23,8%), mahasiswi semester 4 (23,8%), mahasiswi semester 6 (47,6%), dan mahasiswi semester 8 (4,8%). Kemudian dilakukan uji normalitas data didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	11.38587693
	Absolute	.170
Most Extreme Differences	Positive	.170
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.930
Asymp. Sig. (2-tailed)		.353

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, dan didapatkan nilai signifikansi $0,353 >$ dari $0,05$, maka dapat dinyatakan data berdistribusi normal. Selanjutnya untuk uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana, dan didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 1.2 Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	40.806	10.350		3.943	.000
	hedonis (x)	.830	.288	.479	2.885	.007

a. Dependent Variable: konsumtif (Y)

Hasil analisis data menunjukkan perolehan nilai signifikansi sebesar $0,007 <$ $0,05$. Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana tersebut dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi fakultas psikologi Universitas Wijaya Putra Surabaya. Mahasiswi psikologi yang gaya hidupnya hedonis, rata-rata memiliki karakteristik seperti yang diungkapkan oleh Cicerno dalam Russell (2014 y)aitu memiliki pandangan gaya instan, dimana mereka rata-rata hanya melihat hasil akhir yang cepat, tidak memperhatikan proses yang harus dilalui, yang terpenting adalah berhasil sesuai dengan yang diharapkan dan cepat. Selain itu para mahasiswi juga mengutamakan atau mengejar modernitas fisik dan harus memiliki barang-barang yan memiliki teknologi tinggi, seperti HP, dan itu juga merupakan kebanggaan. Ciri lain yang terlihat adalah mereka rata-rata memiliki keadaan ekonomi yang cukup bagus, sehingga bisa mengikuti/ membeli kebutuhan saat ini. Mahasiswi dengan perilaku gaya hedonis ini terjadi karena dpengaruhi oleh beberapa factor yaitu eksternal dan internal

(Kotler & Keller, 2016). Faktor eksternal yang mempengaruhi mahasiswa mengikuti gaya hedonis adalah kelompok referensi yang diikutinya, yang mana memberi pengaruh secara tidak langsung. Mahasiswi akan mengikuti dan menyesuaikan diri, perilaku dan gaya hidup tertentu sesuai dengan kelompok yang diikutinya. Hal ini dikarena masa mahasiswa adalah masa dimana mereka akan lebih banyak menghabiskan waktu dengan kelompok yang diikutinya. Selain itu factor keluarga dan juga budaya yang ada disekitarnya juga akan mempengaruhi dirinya dalam berperilaku yang nantinya akan perpengaruh pada pola dan gaya hidupnya. Sedangkan factor internal yang mempengaruhinya adalah pengalaman dan pengamatannya, yang diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar seseorang akan dapat memperoleh pengalaman dan kemudian akan membentuk pandangan terhadap suatu objek. Bukan hanya itu saja sikap, kepribadian, motif, konsep diri dan persepsi mahasiswa juga mempengaruhi dirinya dalam bersikap dan mengikuti pola gaya hidup yang sesuai menurut dirinya.

Mahasiswi yang terpengaruh dengan ilan-iklan yang ada diinstagram, maka mereka akan mudah mengikuti apa yang dikenakan dengan harapan ia akan menjadi apa yang seperti ia lihat. Dimana individu akan menyesuaikan dengan yang ada diiklan, dan akan membeli apa yang digunakan untuk menjadi sama seperti yang terlihat diiklan. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk bisa menjadi sama, bukan karena memang suatu yang dibutuhkannya. Hal ini bisa membawanya pada perilaku konsumtif yang merupakan perilaku yang tidak memiliki pertimbangan rasional, melainkan dengan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau perasaan emosi sementara (Mowen & Minor, 2002). Mahasiswi yang berperilaku konsumtif rata-rata membeli karena ada hadiah, kemasannya menarik, untuk menjaga penampilan, adanya potongan harga, adanya unsur konformitas terhadap model/ selebgram, dan meningkatkan rasa percaya diri (Sumartono, 2002). Hal-hal tersebut terkadang tidak terpikirkan oleh mahasiswa dampak negative yang akan terjadi bila terlalu konsumtif dalam membeli barang

Suyasa dan Fransiska (dalam Patricia & Handayani, 2014) menyatakan bahwa dampak negatif dari perilaku konsumtif tentunya pemborosan dan ketidakefisienan biaya. Secara psikologis, perilaku konsumtif mengakibatkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa

tidak aman. Hal ini dikarenakan individu selalu merasa ada permintaan untuk membeli barang yang diinginkannya, namun aktivitas pembelian tersebut tidak didukung oleh dukungan finansial yang memadai sehingga menimbulkan perasaan cemas karena barang tersebut tidak terpenuhi. Dengan begitu dapat dikatakan hal-hal yang mendorong terjadinya perilaku konsumtif mahasiswa, salah satunya adalah gaya hidup.

Mahasiswa yang memerlukan pengakuan dilingkungan sosial cenderung mencontoh lingkungannya apalagi dari kelompok orang sebayanya, sehingga mahasiswa gampang terbawa-bawa oleh apapun kegiatan yang dicoba orang sebayanya seperti dalam kegiatan membeli. Mahasiswa cenderung melaksanakan penyesuaian diri yang kelewatan cuma buat mendapatkan pengakuan sosial. Demi pengakuan tersebut, mahasiswa dapat berperilaku konsumtif, ialah membeli sesuatu benda ataupun jasa bukan sebab dengan kebutuhan, tetapi bersumber pada sebab kemauan ataupun penuh rasa puas (Anggreini & Mariyanti, 2014).

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, maka perilaku konsumtif mahasiswa psikologi Universitas Wijaya Putra dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

	rentang nilai			jml
rendah	< 57,06525			4
sedang	57,06525	-	83,00142	21
tinggi	> 83,00142			5
total				30

Mahasiswi rata-rata perilaku konsumtifnya berada pada taraf sedang, yaitu sebanyak 21 orang (70%), artinya mahasiswa masih bisa memilah mana yang menjadi prioritasnya dalam membeli sesuatu, sehingga masih memiliki control yang cukup baik. Sedangkan mahasiswi yang perilaku konsumtifnya tinggi ada 5 orang (16,67%) dan yang memiliki perilaku konsumtif rendah sebanyak 4 orang (13,33%).

Simpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi universitas Wijaya putra

Surabaya. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Bagi masyarakat khususnya kalangan mahasiswi, media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunanya tiada hari tanpa membuka media social dan mengikuti gaya hidup yang menjadi contoh serta kebiasaan para mahasiswi. Selain itu iklan yang ada di media social, membuat para mahasiswi berperilaku konsumtif bila tidak diikuti rasionalisasi yang baik. Bagi para mahasiswi disarankan untuk tetap membuat prioritas apa yang ingin dilakukan, tetap berproses sesuai jalannya dan tetap semangat meraih apa yang diinginkan. Tidak mudah terpengaruh dengan iklan media social, agar bisa memilah kebutuhan yg memang sedang dibutuhkan, sehingga bisa mencegah kea rah perilaku konsumtif. Bagi universitas atau fakultas, agar memberikan gambaran dan membimbing mahasiswi agar dapat mengontrol gaya hidup mereka dan terhindar dari perilaku hedonis.

Daftar Pustaka

- Antara, H., Hidup, G., Dengan, H., Konsumtif Pada Mahasiswa, P., Thamrin, H., Adnan, ;, Saleh, A., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11, 1–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Setia Wibowo, B. (2018). PENGARUH INSTAGRAM ONLINE STORE, KONFORMITAS DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SERTA DAMPAKNYA TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA. In *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi* (Vol. 9, Issue 1).
- Gustian Roynald. (2020). *PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE MELALUI APLIKASI TOKOPEDIA DI KECAMATAN GODEAN*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/>
Kuesioner Penelitian. from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/4610>
- Ekonomi, J. ;, Fakultas, S., Ekonomi, ;, & Islam, B. (2019). *SKRIPSI PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO Oleh: DEWI OKTAVIANI NPM. 14118004*.
- Suherlan, Ryan. 2021. 5 Media sosial yang paling banyak digunakan tahun 2021. <https://lifestyle.kontan.co.id/news/5-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-tahun-2021>.
- O'Brien, K.M. (2016). *Effects of Consumer Socialization through Instagram on Purchasing Intentions and Brand Perceptions: A Systematic Literature Review*.

- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The factors that influenced consumptive behavior: a survey of university students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1).
- Octaviani, C., & Kartasmita, S. (2018). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 126.
<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.948>
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKASYARIAH : Journal of Economic Studies*, 4(1), 39.
<https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01).
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01).
- Lowrey, Tina M., Shrum, L. J., McCarty, John A. (2010). The Future of Television Advertising. *Journal of Consumer Affairs*.