

PENGARUH APLIKASI BELANJA ONLINE DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Hasrullah Liong Misi¹, Merliana Asia Putri Darwis² dan Marhaeni Sabil³

^{1,2,3}STIE Amkop Makassar
Email: dgruppa63@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to determine and analyze the influence of online shopping applications and lifestyles on consumptive behaviour in management students of the 2018 STIE AMKOP Makassar class. The research uses a quantitative research approach. The population of this research is 79 students majoring in management class 2018 (STIE AMKOP) Makassar who have shopped at Shopee. 79 questionnaires are distributed through Google form to students who met the criteria of the study. Those forms were used to collect data. To analyze the collected data, multiple linear regression analysis is used in this study. The results of this study indicate that online shopping applications have a positive and significant impact on the consumptive behaviour of students of STIE AMKOP Makassar. Similar to partially, lifestyle has a positive and significant effect on consumptive behaviour. Consumptive behaviour has been substantially simultaneous testing.*

Keywords: *Online Shopping Application; Lifestyle; Consumptive Behavior*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh aplikasi belanja online dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 (STIE AMKOP) Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu 79 mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2018 Stie Amkop Makassar yang pernah berbelanja di Shopee. Terdapat 79 kuesioner yang dibagikan lewat Google form. Analisis regresi linear berganda adalah metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Serupa dengan secara parsial gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. pengujian secara simultan menunjukkan bahwa aplikasi belanja online dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Aplikasi Belanja Online; Gaya Hidup; Perilaku Konsumtif

1. LATAR BELAKANG

Kebutuhan manusia bervariasi, tetapi untuk memenuhinya, orang biasanya perlu mengunjungi lokasi yang menjual barang yang diperlukan dan membeli berbagai produk yang berbeda. Meskipun kemajuan teknologi sangat pesat, masyarakat kini

dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan aplikasi online untuk melakukan transaksi.

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat modern yang sudah dikenal dengan sebagai masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus mengonsumsi bukan lagi sekedar kegiatan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Ketika produk yang terbaru dirilis, masyarakat sering memilih untuk membeli yang baru meskipun barang yang mereka miliki masih berfungsi dengan baik. Pada akhirnya, itu tergantung

pada keinginan untuk mengikuti perkembangan atau trend terbaru dan memiliki finansial untuk membelinya tanpa terlalu memikirkan kemampuan dasarnya. Masyarakat dengan status keuangan yang lemah juga menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif. Mereka terlilit hutang bahkan hanya untuk produk baru. Ciri-ciri tersebut mencontohkan betapa konsumtifnya kita. (Yuwanto, 2015).

Menurut Haryani & Herwanto (2015) bahwa perilaku konsumtif adalah jenis tindakan yang melibatkan barang penggunaan barang yang belum selesai. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun suatu produk belum pernah digunakan, produk tersebut sudah pernah digunakan orang lain dengan jenis produk yang sama dan dengan merk yang berbeda. Atau bisa juga diartikan sebagai membeli sesuatu karena seseorang memberikannya kepada orang lain atau karena banyak orang menggunakannya. Menurut Baudrillard (dalam Nanang, 2012), rasionalitas konsumsi dalam sistem masyarakat konsumen telah berubah secara dramatis, karena orang sekarang membeli barang bukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan.

Menurut Martono (2019) terjadi pergeseran alokasi gengsi sosial dalam masyarakat modern. Gengsi sosial diekspresikan tidak hanya dalam berbagai bentuk fisik, seperti cara berpakaian, atau melalui atribut-atribut yang melekat pada seseorang, tetapi juga melalui simbol-simbol non fisik untuk menyatakan status seseorang, seperti tempat makan, tempat berbelanja, dan merek pakaian yang dikenakan, yang dapat mengungkapkan identitas seseorang. Inilah yang disebut masyarakat konsumen.

Perilaku belanja online yang konsumtif mempengaruhi mahasiswa di kampus-kampus maupun masyarakat umum. Faktor lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana mahasiswa mengembangkan perilaku konsumtif mereka. Menurut Arya (dalam Hidayah, 2015), mahasiswa mengikuti fashion saat ini

karena mereka memiliki akses terhadapnya, namun karena fashion itu sendiri terus menuntut ketidakpuasan dari konsumen yang memakainya, hal itu mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsinya agar tetap mengikuti perkembangan zaman.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Armstrong, gaya hidup seseorang adalah cara hidupnya dalam dunia sehari-hari yang diungkapkan melalui aktivitas, minat, dan sudut pandangnya (Rianton, 2012). Sumarwan (dalam Listyorini 2012) mendefinisikan gaya hidup sebagai “bagaimana aktivitas, hobi, dan pemikiran seseorang biasanya diklasifikasikan dan menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, bagaimana mereka menghabiskan uang mereka, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka. Gaya hidup seseorang merupakan perwujudan dari pola perilakunya, yang meliputi minat, aktivitas, dan sudut pandangnya dalam kehidupan sehari-hari.

Gaya hidup konsumen menurut Priansa (2017) terdiri dari beberapa kategori dan jelas berbeda satu sama lain. Secara umum, gaya hidup konsumen terdiri dari:

- a. Gaya Hidup Mandiri : Salah satu kejadian paling umum dalam kehidupan kota adalah gaya hidup mandiri. Perusahaan harus lebih memahami persyaratan dan keinginan konsumen yang menjalani kehidupan mandiri. Pelanggan ini biasanya berpendidikan baik dan aman secara finansial. Gaya hidup mandiri biasanya ditentukan oleh kemampuan untuk membuat keputusan yang bertanggung jawab dan berpikir secara inovatif dan imajinatif yang mendukung kemandirian itu. Konsumen tipe ini lebih menyukai hal-hal yang mencerminkan kebebasannya sebagai seorang yang mandiri dalam masyarakat.
- b. Gaya Hidup Modern : Di era modern seperti sekarang ini, manusia harus mengikuti segala hal, termasuk para bidang teknologi. Banyak konsumen yang berlomba-lomba menjadi yang terbaik dan pertama dalam memahami teknologi, termasuk cara menggunakan gadgetnya. Gaya hidup digital tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup modern. Istilah "gaya hidup digital" mengacu pada cara hidup modern di mana kehidupan konsumen didominasi oleh teknologi dan informasi digital. Konsumen jenis ini umumnya mahir secara teknologi, dan harga bukanlah masalah utama dalam memuaskan kebutuhan

dan keinginan mereka.

- c. **Gaya Hidup Sehat** : Gaya hidup sehat adalah pilihan langsung yang ideal untuk dijalankan. Menjaga pola makan, pikiran, perilaku, dan lingkungan yang sehat. Sehat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat dilakukan untuk mendatangkan akibat yang baik dan bermanfaat. Peralatan kebugaran dan olahraga populer di kalangan konsumen yang menjalani gaya hidup sehat. Konsumen lebih memilih untuk makan-makanan sehat dan menempatkan nilai tinggi pada kualitas produk.
- d. **Gaya Hidup Hedonis** : Gaya hidup hedonis berarti menghabiskan lebih banyak waktu di luar, bermain lebih banyak, menikmati hiruk pikuk kota, membeli barang-barang mahal yang disukai, dan selalu mencari kesenangan hidup yang membuat berbeda. dalam sorotan kehidupan gaya hidup ini kini telah menjadi semacam trend terbaru dalam kehidupan anak muda.
- e. **Gaya Hidup Hemat** : Konsumen yang menjalani gaya hidup sederhana bisa sangat berhati-hati dalam mengelola uang mereka. Sebelum membeli barang, ia membandingkan harga di beberapa lokasi. Dia menilai perbedaan harga cukup signifikan. Konsumen seperti itu mungkin memikirkan pembelian mana yang harus diprioritaskan dan mana yang bisa ditunda.
- f. **Gaya Hidup Bebas** : Pilihan gaya hidup seseorang menentukan bagaimana dan dalam masyarakat seperti apa dia akan berpartisipasi. Salah satunya remaja saat ini, khususnya di kota-kota besar, memiliki gaya hidup bebas. Hal ini ditunjukkan dengan kesadaran bahwa yang menghidupkan kembali gaya hidup bebas adalah mereka yang hidup bebas. Banyak anak muda saat ini, misalnya, berpakaian terbuka dan seksual, yang bertentangan dengan budaya dan gaya hidup bangsa timur seperti Indonesia. Banyak orang hidup dan hidup bersama tanpa ikatan suci pernikahan. Selain itu, banyak orang hidup dan terkait dengan penggunaan narkoba.

2.2 Belanja *Online*

Menurut Sari (2015), bahwa belanja online adalah suatu proses penjualan barang atau jasa melalui aplikasi belanja online. Serta layanan yang memungkinkan seseorang untuk membeli dan menjual secara online tanpa harus bertemu dengan pembeli dan penjual secara pribadi. Belanja online telah menjadi lebih dari sekedar

sarana menghasilkan uang dan juga menjadi sumber perubahan sosial dan budaya di masyarakat. Konsumen dapat melihat item seperti gambar, foto, dan video di aplikasi belanja online.

Menurut Thohiroh (2015), belanja online adalah proses pembelian barang atau jasa melalui internet. Sejak munculnya aplikasi, para penjual telah bekerja keras untuk membuat toko online dan menjual barang kepada mereka yang ingin memperluas pengetahuan mereka tentang aplikasi belanja online melalui berbagai platform media sosial. Belanja online adalah kegiatan jual beli yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa dari penjual melalui aplikasi belanja online menggunakan media sosial.

2.3 Prilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Hasibuan (dalam Mardiah, 2019), adalah tindakan manusia sebagai pembeli dalam membeli suatu barang hanya berdasarkan keinginan dan keinginan yang didorong oleh emosional yang kuat, bukan kebutuhan dan pertimbangan yang matang. Menurut Sumartono dalam (Haryani dan Dewanto, 2015), perilaku konsumtif adalah suatu jenis kegiatan memanfaatkan barang yang tidak lengkap, yaitu barang bekas tidak terpakai, dan orang tersebut membeli jenis produk yang sama tetapi dari merek yang berbeda.

Menurut Lubis dalam (Adiputra dan Moningka, 2012), perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional; namun, karena keinginan tidak lagi tidak logis, perilaku konsumsi tergantung pada seseorang, dan jika orang tersebut di luar kewajaran, ia akan membeli. kebutuhan dan belanja tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah didasarkan pada komponen keinginan. Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang membeli barang atau jasa yang lebih berlebihan tanpa memperhatikan produk dengan menerima sebagian besar informasi yang secara alami lebih menguntungkan.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif, yaitu: penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang menggunakan statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Stie Amkop Makassar Jurusan Manajemen Angkatan 2018 yang berjumlah 362 Mahasiswa. Berdasarkan rumus slovin, 79

mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 di Stie Amkop Makassar yang akan mengisi kuesioner menggunakan google form merupakan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Peneliti menggunakan 79 responden sebagai sampel setelah menerapkan kriteria yang diperlukan. Untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan fungsi kausal antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat, analisis regresi linier berganda merupakan alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat (Nur, 2016).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. HASIL

4.1.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.361	2.967		1.133	.261
	Aplikasi Belanja Online	.215	.104	.242	2.071	.042
	Gaya Hidup	.454	.139	.383	3.280	.002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah, 2020

Dari persamaan regresi linear berganda diatas juga dapat ditarik kesimpulan:

$$Y = 3,361 + 0,215X_1 + 0,454X_2$$

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 ^a	.312	.294	3.602

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Aplikasi Belanja Online

Sumber: data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2 diatas, diketahui bahwa nilai R-squared adalah 0,312 yang menunjukkan bahwa pengaruh simultan variabel aplikasi belanja online dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif adalah 31,2%, dan sisanya (100% - 31,2% = 68,8%) dipengaruhi oleh variabel lainnya.

4.2. PEMBAHASAN

Pengaruh Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif

Jika tingkat penggunaan belanja online meningkat atau tinggi maka perilaku konsumtif tersebut juga akan meningkat, sebaliknya jika tingkat penggunaan belanja online rendah maka akan menyebabkan penurunan perilaku konsumtif. Adapun penjelasan dalam teori dari Kotler (2012) bahwa belanja online adalah suatu bentuk interaktif yang telah menjadi trend di kalangan masyarakat modern. Kegiatan pembelian kebutuhan melalui aplikasi belanja online telah marak di kalangan konsumen saat ini. Selanjutnya, variabel aplikasi belanja online mencakup beberapa indikator-indikator yaitu, indikator kenyamanan yang dapat diartikan untuk memberikan persepsi kepada konsumen betapa nyamannya mendapatkan produk yang diinginkan tanpa harus keluar rumah, indikator informasi yang diartikan untuk konsumen dapat berkomunikasi dimana produk atau jasa yang konsumen butuhkan untuk mencari informasi di website penjual, waktu yang berarti pelanggan dapat mengecek waktu, memesan barang dimana saja dan kapan saja, kemudahan yang berarti konsumen dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka butuhkan saat berbelanja online. Kenyamanan, informasi, waktu dan kemudahan yaitu indikator dalam aplikasi belanja online berperan dalam meningkatkan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 Stie Amkop Makassar.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Jika semakin boros dan gaya hidup meningkat atau tinggi maka perilaku konsumtif tersebut juga akan meningkat, sebaliknya jika tingkat gaya hidup rendah atau menurun maka akan menyebabkan penurunan perilaku konsumtif. Adapun penjelasan dalam teori dari Kotler dalam sebuah penelitian bahwa gaya hidup adalah gaya hidup seseorang tercermin dalam aktivitas, minat dan pandangan dunia (Susanto, 2013). Artinya, gaya hidup seseorang secara umum dapat disimpulkan dari aktivitas sehari-hari, pendapat tentang orang-orang dan hal-hal di sekitarnya, sejauh mana mereka penting baginya, dan cara mereka memandang diri mereka dan dunia luar. Selanjutnya, gaya hidup mencakup beberapa indikator-indikator yaitu, indikator minat yang dapat diartikan untuk konsumen melakukan tugas sehari-hari mereka, apa yang mereka beli untuk mendukung tugas-tugas itu, dan bagaimana mereka menghabiskan

waktu luang mereka, indikator minat diartikan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, ada ketertarikan terhadap suatu objek, peristiwa, atau subjek yang menekankan pada unsur kesenangan dalam hidup, opini yang berarti untuk memberikan pandangan kepada orang-orang terhadap masalah tertentu berdasarkan pikiran dan perasaannya. Kegiatan, minat, opini yaitu indikator dalam gaya hidup yang berperan dalam meningkatkan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 Stie Amkop Makassar.

Pengaruh Aplikasi Belanja Online dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah setiap penggunaan produk yang tidak terkendali, dengan kata lain produk dari toko yang berbeda digunakan oleh seseorang. Membeli sesuatu sebagai hadiah atau karena banyak orang menggunakannya. Selanjutnya, variabel Perilaku Konsumtif mencakup beberapa indikator-indikator yaitu, indikator pembelian impulsif yang dapat diartikan untuk memberikan bahwa seseorang dipengaruhi oleh keinginan dan dapat membeli sesuatu dengan cepat, indikator pembelian yang tidak rasional diartikan sebagai sebuah tindakan seseorang yang hanya ada untuk memenuhi kebutuhannya, indikator pemborosan diartikan tindakan seseorang yang menghabiskan uang secara berlebihan tanpa memahami kebutuhan secara jelas. Pembelian impulsif, pembelian yang tidak rasional, dan pemborosan yaitu indikator perilaku konsumtif yang berperan dalam meningkatkan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 STIE Amkop Makassar.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Aplikasi belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang dapat diartikan bahwa aplikasi belanja online berpengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 STIE Amkop Makassar. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang dapat diartikan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 STIE Amkop Makassar. Aplikasi belanja online dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif secara simultan. Oleh karena itu ketika, aplikasi belanja online dan gaya hidup digabungkan secara

bersama-sama maka akan mendorong meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 STIE Amkop Makassar.

Aplikasi belanja online dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif secara simultan. Oleh karena itu ketika, aplikasi belanja online dan gaya hidup digabungkan secara bersama-sama maka akan mendorong meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Angkatan 2018 STIE Amkop Makassar. Karena variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih belum cukup untuk mewakili semua faktor perilaku konsumtif, maka diharapkan akan ditambahkan variabel-variabel tambahan agar peneliti selanjutnya dapat memahami faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Sehingga hanya dapat menjelaskan 31,2% pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ainy, Z. N. 2020. Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(2), 226–235.
<https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2672>
- Abdullah Sani, Ridwan. 2015. Pembelajaran Saintifik Untuk Implementasi Kurikulum 2013. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- 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>
- Adiputra, R., & Moningka, C. 2012. Gambaran Perilaku Konsumtif terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal.
- Afifah, N., & Yudiantoro, D. 2022. YUME : Journal of Management Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 365–375.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.345>
- Anugrahati, Rifa Dwi styaning. 2014. Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penelitian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- ArIkunto, Suharsimi. 2013. Prosedur Peneliti: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2019. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asri, A. 2017. Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. *Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*.

- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azizah, M., & Aswad, M. 2022. Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4).
- Cahya Vianda, N. 2021.. Analisis Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEB UMPRI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2016).
- Desti, R. 2018. Pengaruh Belanja Online di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul.
- Dhukha, Z. 2020.. Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Terhadap Iklan Produk Wardah Pada Mahasiswi Uin Raden Intan Lampung Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) Pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Dwikurnaningsih, Y., Irawan, S., & Dewi, M. P. 2020. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan Pengaruh Online Shop Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*.
<http://ojs.unpatti.ac.id/index.php/bkt>
- Ekonomi, J., Teknologi, M., Septiansari, D., & Handayani, T. 2021. Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65.
<https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.372>
- Fatmawati, N. 2020. Gaya hidup mahasiswa akibat adanya online shop. *Jurnal pendidikan ilmu sosial*, 29(1), 29–38.
<https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>
- Fera, R. 2020. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN Surakarta.
- Haryani, I., & Herwanto, J. 2015. Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Hasibuan, E.P.N. 2010. Hubungan antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Puteri. Skripsi. Medan: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Hidayah, R. W. 2015. Perilaku Konsumtif dalam Membeli Produk Fashion pada Manajemen Putri di Surakarta. 2. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Ika, Pratiwi Galih. 2015 Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup, *Jurnal Unbraw: Malang*.
- Islamy, D. P. 2015. Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bui Serpong (BSD) Kota Tangerang Selatan. Skripsi. Universitas Negeri Hidayatullah Jakarta.
- Junaidi. 2010. Tabel F Lengkap. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. <https://repository.unja.ac.id/id/eprint/208>.

- Junaidi. 2010. Tabel r. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
https://ww.academia.edu/12433531/Tabel_r
- Junaidi. 2010. Tabel t (d.f = 1 -200). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
<https://repository.unja.ac.id/id/eprint/209>
- Kanserina, D. 2015. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya hidup Terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012, Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 13. Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.
- Kuncoro, Mudraiad. 2013. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Listyorini. 2012. Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sederhana Studi Pada Pelanggan Perumahan Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang).
- Luthfiyyah, Khoirunnissa. 2021. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UPI (Survei Pada Penggunaan Aplikasi Shopee di Kalangan Mahasiswa Pendidikan IPS UPI).
- Mardiah, A. 2019. Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 13(2), 93.
- Martono, Nanang, 2012. Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan poskolonial. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Medhy, Hidayat 2016. Jean Baudrillard, Simulasi dan Hiperrealitas.
- Melina, A., & Saftia, W. 2018. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya hidup Terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Stkip Ypm Bangko.
- Noni, R., & Hindun, N. 2021. Pengaruh Online Shop dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Negeri Medan.
- Nur, Wahyunita. 2016. Pengaruh Lokasi, Keberagaman Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar. Skripsi. Makassar. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nurdin Hasibuan, A., Rambe. 2020. Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online Melalui Perspektif Gender, D., Studi Manajemen, P., & Ekonomi.
- Nurhaini, D. 2018. Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget Remaja SMAN 1 Tanah Grigot Psikoborneo.
- Priyanto, Duwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (ANDI).
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. 2018. *JRSM* 2(3) Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. In *Jurnal Riset Sains Manajemen* Vol. 2, Issue 3).
- Purwanto, Edy. 2018. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Semarang. Pustaka Pelajar.
- Rianton. 2012. Hubungan Antara Konformitas Sekelompok Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Kab. Dhamasraya Di Yogyakarta, *jurnal psikologi*.
- Rismayanti, T., & Oktapiani, S. 2020. Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. www.wartaekonomi.co.id,

- Sa'idah, F., & Fitrayati, D. 2022. Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paedagogy*, 9(3), 467. <https://doi.org/10.33394/jp.v9i3.5288>
- Sari, Chacha Andira. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antarpologi Di Universitas Airlangga, *Jurnal AntroUnairdotNet*: Vol. 4 No. 2.
- Siregar, Syofian. 2012. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. 2012. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Prosedur Penelitian dan Pendekatan Praktik*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumartono. 2016. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Jurnal Psikologi, Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman*.
- Sumartono. 2016. Hubungan Antara Konfirmatas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro*.
- Sumarwan, Ujang. 2012. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Susanto, Angga Sandy. 2013. *Mmbuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup)*.
- Tambunan, R. 2001. Remaja dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*
<http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.
- Thohiroh, Anisa Qodaril. 2015. Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wijaya, Toni. 2009. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Yuwanto, L. 2015. *Lebaran Sastra Prancis dan Perilaku Konsumtif Masyarakat*. UBAYA: Universitas Surabaya.
- Zahrah, A., & Tayo, Y. 2022. Konsumtif (Survey Eksplanatori Mengenai Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Angkatan 2017 Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSIKA). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pada Belanja Online Shopee*.