

**PENGARUH KELOMPOK RUJUKAN, GAYA HIDUP, DAN KONTROL
DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA APLIKASI
SHOPEE**

(Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2021)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

DIAH IMA NOVIA TANTRI

NPM. 22001081030



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

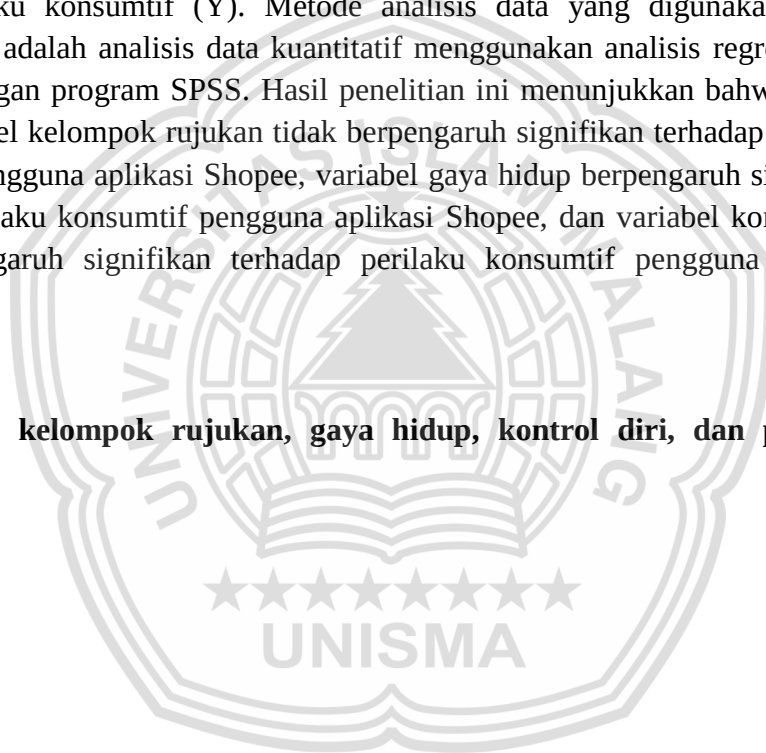
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kelompok rujukan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2021. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 87 responden yang didapat dari rumus Slovin dengan Teknik snowball sampling. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari kelompok rujukan (X1), gaya hidup (X2), kontrol diri (X3) dan variabel terikat perilaku konsumtif (Y). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara persial variabel kelompok rujukan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee, variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee, dan variabel kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee.

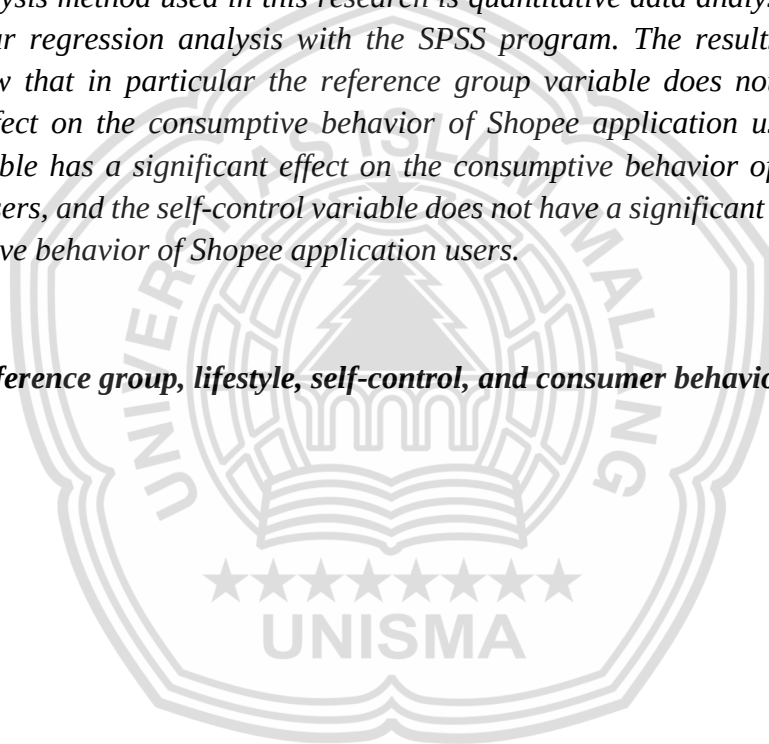
Kata Kunci: kelompok rujukan, gaya hidup, kontrol diri, dan perilaku konsumtif.



ABSTRACT

This research aims to analyze and explain the influence of reference groups, lifestyle and self-control on the consumptive behavior of Shopee application users among students from the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang class of 2021. The population in this study are active students of the Faculty of Economics and Business class of 2021. Sample used in this research were 87 respondents obtained from the slovin formula using the snowball sampling technique. The independent variables in this study consist of reference group (X1), lifestyle (X2), self-control (X3) and the dependent variable consumer behavior (Y). The data analysis method used in this research is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis with the SPSS program. The results of this research show that in particular the reference group variable does not have a significant effect on the consumptive behavior of Shopee application users, the lifestyle variable has a significant effect on the consumptive behavior of Shopee application users, and the self-control variable does not have a significant effect on the consumptive behavior of Shopee application users.

Keywords: *reference group, lifestyle, self-control, and consumer behavior*



BAB I

PENDAHULUAN

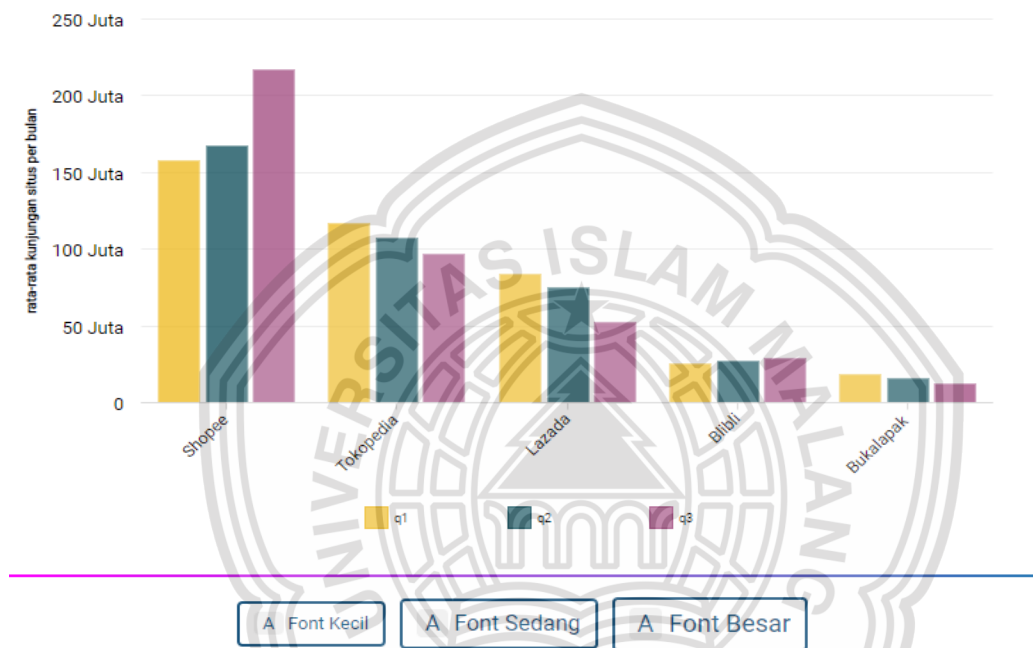
1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini sangat mempengaruhi perilaku masyarakat Indonesia, khususnya kelompok generasi muda yang sangat menyukai media sosial, karena selain untuk berkomunikasi dan mengirim email, media sosial juga dapat digunakan untuk berbelanja *online*. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya *marketplace* yang ada di Indonesia seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia dan lain-lain. Dimana *Marketplace* sendiri adalah salah satu model *e-commerce* yang berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli.

Setiap *marketplace* seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia dan lainnya memiliki cara sendiri-sendiri untuk menarik para konsumennya. Kemudahan dalam bertransaksi dan berbelanja menjadi salah satu contoh fitur yang pasti ada dalam setiap *marketplace*, hal ini menjadi salah satu faktor membuat seseorang memilih berbelanja *online* daripada berbelanja *offline*. Salah satu *platform* belanja *online* yang memiliki banyak fitur dan kemudahan yaitu *marketplace* Shopee.

Di Indonesia Shopee menyediakan *platform* situs belanja dengan memberikan penawaran menarik kepada konsumen. Salah satunya adalah mengadakan *event* setiap bulan pada tanggal kembar yang menyediakan penawaran gratis ongkos kirim, *flash sale*, *cashback*, potongan harga, dan penurunan harga pasaran yang relatif lebih murah dari harga standar. Disamping itu Shopee juga memberikan kemudahan dalam transaksi jual beli elektronik, pilihan produk yang bervariasi dan

toko yang sesuai keinginan konsumen berdasarkan fitur, dan *star rating konsumen*. Sehingga dengan adanya fitur tersebut dapat membantu konsumen membeli barang ke toko yang sesuai kualitas barang yang diinginkan. Berikut ini perkembangan pengunjung *marketplace* 2023:

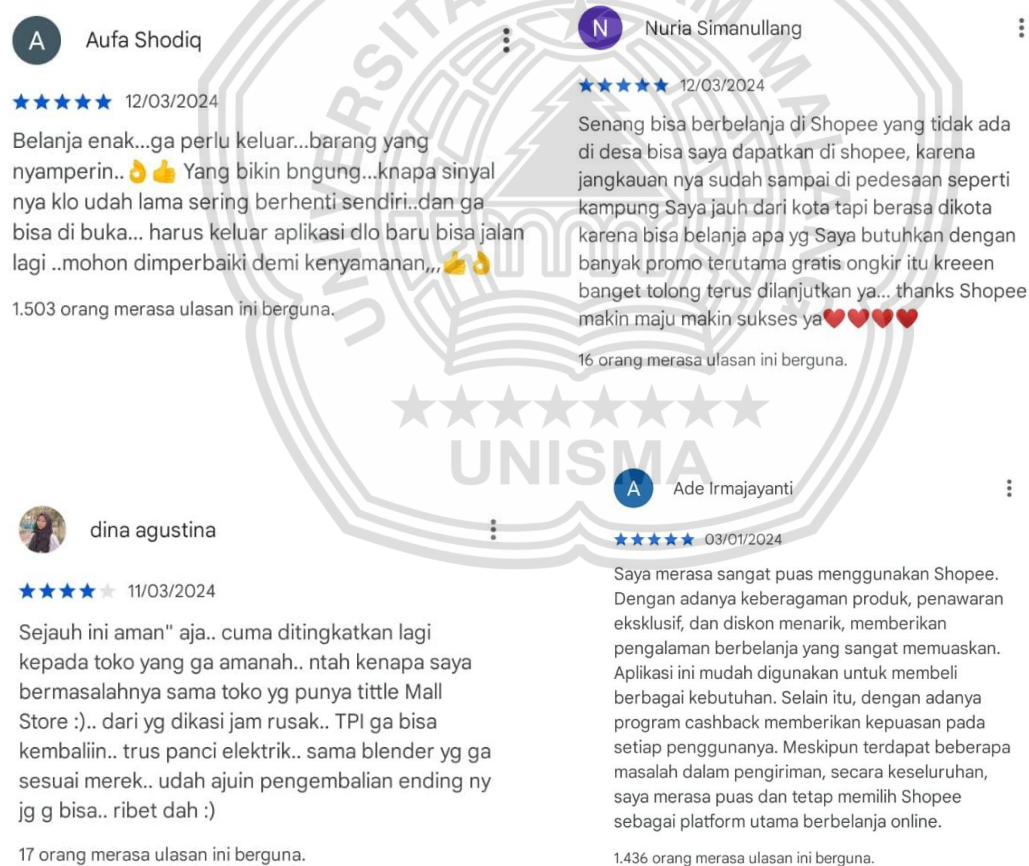


Gambar 1.1 Data Pengunjung *Marketplace* tahun 2023

Sumber: SimilarWeb (2023)

Menurut sumber data SimilarWeb (2023), terdapat lima situs *e-commerce* dengan kategori *marketplace* yang memiliki pengunjung terbanyak di Indonesia kuartal III tahun 2023 yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Shopee tercatat meraih rata-rata 216 juta kunjungan per bulan sepanjang kuartal III tahun 2023. Capaian ini melesat sekitar 30% dibanding rata-rata kunjungan pada kuartal II tahun 2023. Berdasarkan sumber data tersebut, Shopee masih menjadi

marketplace yang disukai dan dipilih oleh konsumen. Hal ini bisa saja disebabkan karena *marketplace* Shopee memiliki kelebihan dibanding *marketplace* lainnya. Namun demikian, meskipun Shopee berada di urutan ke I, tidak berarti Shopee tidak terkendala apapun contohnya seperti dalam hal pengiriman barang yang tidak sesuai, pengiriman lama, dan aplikasi susah diakses. Karena dibalik kelebihan Shopee pasti ada risiko bisnis yang harus diperhatikan. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui beberapa komentar pengguna aplikasi Shopee. Berikut ini beberapa komentar dari pengguna *marketplace* Shopee:



Gambar 1.2 Komentar Pengguna Marketplace Shopee

Sumber: Play Store (2024)

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang rentan mengalami perilaku konsumtif. Karena kini pengguna internet dan media sosial terbanyak adalah seseorang yang lahir di tahun 1995 hingga tahun 2010, oleh karena itu mahasiswa saat ini termasuk kedalam generasi yang dekat dengan internet atau lebih sering disebut dengan *I-Generation* (Krishananto & Adriansyah, 2021). Hal ini sesuai dengan teori Erikson yang pada saat ini generasi tersebut mayoritas sedang berada di jenjang pendidikan SMP hingga perguruan tinggi (Khrishananto & Adriansyah, 2021).

Perkembangan remaja yang memiliki keinginan untuk membeli sangatlah tinggi. Mengingat lingkungan, pergaulan, pertemanan, gaya hidup, uang saku yang diberikan, keleluasaan mereka berekspresi, lepas dari pengawasan orang tua (karena merantau), dan semakin tingginya tingkat akses media sosial yang mereka gunakan inilah yang menjadi celah kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa sangat tinggi (Caroline & Raihana, 2019). Menurut Kotler & Keller (2021) perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan dimana seorang individu mengkonsumsi, menggunakan, dan mempergunakan sesuatu bukan karena membutuhkannya, melainkan karena keinginan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata.

Perilaku konsumtif memiliki urgensi untuk diteliti karena perilaku konsumtif mengakibatkan *shopilimia* atau *compulsive buying disorder* yaitu kondisi dimana seseorang tidak dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan (Effendi, 2016). Perilaku konsumtif juga memberikan dampak bagi pelakunya, yaitu dampak positif dan dampak negatif. Menurut Hijrianti & Fitriani (2020) menjelaskan bahwa

dampak positif dari perilaku konsumtif adalah merasa percaya diri sedangkan dampak negatifnya adalah berperilaku boros yang pada akhirnya dapat menimbulkan penyesalan bagi sebagian individu.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai pola perilaku yang ditandai oleh pengeluaran lebih besar dibanding pendapatan yang diterima (Fitriani et al., 2024). Timbulnya perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Setiadi (2019) keputusan pembelian konsumtif disebabkan oleh faktor budaya, faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial. Faktor budaya terdiri dari kebudayaan, sub-budaya, dan kelas sosial. Faktor psikologis terdiri dari motivasi, sikap, persepsi, kepercayaan, dan motivasi. Faktor pribadi yaitu umur dan tahapan dalam siklus hidup, kepribadian, konsep diri, gaya hidup, pekerjaan, dan kondisi ekonomi. Kemudian faktor sosial yaitu kelompok referensi, peran status, dan keluarga.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu berasal dari lingkungan sosial individu yakni kelompok referensi atau dimana seseorang menjadikan sebuah kelompok tertentu menjadi panutan dalam melakukan suatu hal. Aripin & Negara (2021) mengatakan bahwa kelompok referensi adalah orang-orang yang berada di sekitar individu yang secara langsung ataupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Menurut Sukonengrom (2018) berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* intensi seseorang untuk berperilaku dipengaruhi faktor *Attitude toward behaviour*, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Mahasiswa berperilaku konsumtif yang dikarenakan kelompok referensi biasanya dipengaruhi oleh norma subjektif yang mana mereka akan selalu

mempertimbangkan apakah yang dilakukan akan diterima oleh lingkungannya atau tidak. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firlianingrum (2022) yang mana kelompok refeensi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Gaya hidup termasuk salah satu faktor pribadi yang sangat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Sari & Rusli, 2019 menyatakan bahwa salah satu faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Gaya hidup itu sendiri dapat dilihat dari apa yang dipakai seseorang dan apa yang mereka konsumsi, serta dari bagaimana cara mereka bersikap atau berperilaku ketika berhadapan dengan orang lain. Menurut Kotler dan Keller (2021) pengertian Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Sedangkan menurut Alsabiyah *et al*, (2019) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan bagaimana seorang individu menjalani hidupnya, termasuk bagaimana memilih produk yang akan mereka beli, bagaimana cara menggunakannya, dan bagaimana yang mereka rasakan dan pikirkan setelah menggunakan produk tersebut.

Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggih teknologinya, maka semakin berkembang pula penerapan gaya hidup oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga kebanyakan remaja atau mahasiswa yang membeli suatu barang bukan karena sesuai kebutuhan melainkan hanya untuk mengikuti tren atau hanya mengikuti temannya. Semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin tinggi pola perilaku konsumtif (Mila et al., 2023) Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu

yang telah dilakukan oleh Abdilla (2023) yang mana gaya hidup sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif didasarkan pada teori perilaku konsumen. Teori ini menyebutkan bahwa perilaku pembelian seorang konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi, dimana kepribadian seorang individu dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi. Menurut Gunawan & Syakinah (2022) kontrol diri dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif serta merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat dilingkungan sekitarnya.

Kontrol diri ini berfungsi untuk mendorong penghematan dan menekan pembelian konsumtif. Jadi, tinggi rendahnya konsumsi seorang individu dapat dilihat dari bagaimana perilaku mereka dalam mengontrol diri agar tidak berperilaku konsumtif. Pada dasarnya kontrol diri yang rendah mengacu pada ketidak mampuan individu menahan diri dalam melakukan sesuatu serta tidak mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang tinggi dapat menahan diri dari hal-hal yang negatif dengan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang (Siallangan et al., 2021). Oleh karena itu sebagai seorang mahasiswa mereka harus bisa mengontrol diri agar lebih memikirkan lebih matang lagi sebelum memutuskan untuk berbelanja sesuatu.

Penelitian ini sejalan dengan Kusmiati & Kurnianingsih (2022) menyatakan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi, dengan banyaknya pengguna *marketplace* dapat membuktikan bahwa sebagian orang memiliki perilaku konsumtif dalam berbelanja. Dan juga adanya beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti faktor eksternal dan internal yang didasari oleh adanya kelompok rujukan yang membuat ingin berbelanja, perkembangan gaya hidup yang semakin maju, dan rendahnya kontrol diri mahasiswa dalam berbelanja. Maka peneliti berniat untuk melakukan penelitian guna mengetahui sejauh mana pengaruh kelompok rujukan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelompok Rujukan, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2021)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kelompok rujukan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021?
2. Bagaimana pengaruh kelompok rujukan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021?

3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021?
4. Bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, tujuan yang perlu dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelompok rujukan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelompok rujukan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan pengaruh kelompok rujukan, gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan tentang perilaku konsumen terutama pada perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi dasar bagi mahasiswa agar supaya lebih selektif dan bisa mengontrol diri dalam melakukan kegiatan konsumsi.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian yang meneliti variabel yang serupa dan dapat membantu agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi kedepannya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai pengaruh kelompok rujukan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dengan objek penelitian yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2020 maka terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kelompok rujukan, gaya hidup dan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021.
2. Kelompok rujukan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa beranggapan kelompok rujukan tidak terlalu penting untuk mereka memutuskan pembelian. Karena menurut mereka kelompok rujukan hanya sebagai sarana informasi untuk mereka mengetahui suatu produk saja. Sehingga belum tentu informasi dari kelompok rujukan selalu membuat mahasiswa langsung memutuskan untuk membeli produknya.
3. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021. Hal ini menunjukkan bahwa apabila gaya hidup mahasiswa semakin tinggi maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mereka.

4. Kontrol diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi Shopee pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021. Hal ini dikarenakan mahasiswa memiliki kontrol diri yang tinggi sehingga dapat terhindar dari berbelanja yang berlebihan yang nantinya akan menimbulkan perilaku konsumtif. Hal ini bisa didasari oleh pendapatan atau uang saku mahasiswa yang terbatas sehingga mereka masih bisa mengontrol dirinya agar tidak berperilaku konsumtif.

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini hanya menganalisis tentang variabel kelompok rujukan, gaya hidup, dan kontrol diri sebagai faktor pengaruh seseorang berperilaku konsumtif dalam pembelian di aplikasi Shopee.
2. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini hanya menggunakan kuesioner dan tidak menggunakan teknik wawancara secara langsung, sehingga data yang didapatkan dari kuesioner hanya berupa jawaban dari opsi yang telah dibuat.
3. Responden dalam penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menganjurkan beberapa saran untuk peneliti yang akan datang sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, diminta agar bisa mengontrol diri mereka untuk bisa lebih bijak saat berbelanja dengan mendahulukan membeli kebutuhan saja. Diharapkan juga agar mahasiswa lebih dapat mengontrol pengaruh sosial dari teman sebayanya agar tidak mudah terpengaruh dengan gaya hidup teman yang mungkin tidak sesuai dengan diri sendiri. Karena semakin kita mengikuti gaya hidup orang lain maka akan semakin menyusahkan diri kita sendiri karena harus selalu terlihat sama dengan mereka dan hal tersebut menimbulkan perilaku tidak baik yaitu perilaku konsumtif atau berbelanja tidak sesuai kebutuhan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, bisa mengembangkan variabel penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumtif menggunakan variabel yang lebih berpengaruh, contohnya seperti variabel keuangan mahasiswa yang mana faktor keuangan sangat mempengaruhi perilaku berbelanja seseorang. Selanjutnya dapat mengambil sampel atau responden dalam lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, R. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Kontrol Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Medan Dalam Melakukan Online Shopping*.
- Alsabiyah, T., Hidayat, K., & Fanani, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Universitas Brawijaya yang Menggunakan Sepatu Sneakers Merek Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 70(1).
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Penerbit Deepublish.
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2).
- Caroline, D. A. P., & Raihana, P. A. (2019). *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi*.
- Darsono, D. S., Nurhidayah, & Novianto, A. S. (2022). Pengaruh Fashion Lifestyle, Sikap Konsumen, dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Three Second. *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol 12. No. 02, 997-1.004. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Effendi, Muh. A. (2016). *The Power Of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fallo, A. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jao Coffee Bar Kota Kupang Dengan Motif Pembelian Sebagai Variabel Intervening*.
- firlianingrum, G. D. (2022). Hubungan Konsep Diri dan Kelompok Referensi Dengan Perilaku Konsumtif di Masa Pandemi. In *psikologi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fitriani, N. A., Mardani, R. M., & Bastomi, M. (2024). Pengaruh Financial Knowledge, Hedonism Lifestyle dan Self Control terhadap Financial Behavior. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Ke-9)*. Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., & Syakinah, U. (2022). *Pengaruh Kontrol Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. 3(2).

- Harmadji, D. E., Sidjabat, S., Effendi, N. I., Mardianto, D., Pratama, Y., Harahab, D. F., Utami, R. D., Prisusanti, R. D., Guntarayana, I., Tarigan, B. A., Meigawati, I., Kusumajaya, R. A., & Putra, T. A. E. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)* (R. Wujarso, Ed.). Get Press.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control dan Financial Liletacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, vol 16. No. 01, 29–36. www.apjii.or.id
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1), 48–59. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>
- Ismawati, D. (2020). *Pengaruh Kelompok Referensi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi SMK Negeri 16 Jakarta*.
- Keller, & Kotler. (2021). *Intisari Manajemen pemasaran* (Edisi Keenam). Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2, Edisi 13.).
- Kurniawan, A., Mulyati, S., & Tribuana, L. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Konformitas Hedonis, Penggunaan Electronic Money, Gaya Hidup dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumti. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, vol 04. No.02, 1–26. <https://doi.org/10.35310/jass.v4i02.1011>
- Kusmiati, D., & Kurnianingsih, H. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Seberapa Besar Peran Financial Literacy, Life Style, E-Money, dan Self Control? *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 6(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4713>
- Lorenza, R. Y., & Lestari, S. (2023). *Kontrol Diri dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berbelanja Di E-Commerce*. <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/PSYCHOIDEA>
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling
- Melianty, S. N., suratno, & idrus, ali. (2019). Pengaruh Iklan dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Batanghari. *I Volume 3, No. 1, Februari 2019: Page 29-44 UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol 03. No. 01., 29–44. <http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility>
- Mila, M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2).
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes Rene, Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.; kesatu). PT. Nasya Expanding Management.
- Nurazijah, M., Fitriani, S. L. N., & Rustini, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Journal on Education*, 5(2).
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i1.4532>
- Riadi, M. (2021). *Kelompok Acuan (Reference Group) - Pengertian, Jenis, Indikator dan Bentuk Pengaruh*. Diakses Pada 12/4/2023, Dari <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/kelompok-acuan-reference-group.html>.
- Risnawati. (2020). *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)* [Thesis (Skripsi)]. UIN AR-RANIRY.
- Sari, L. P., & Rusli, D. (2019). *Pengaruh Culture Shock Terhadap Penyesuaian Diri Mahasiswa Baru yang Merantau*.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi 3). Jakarta: Prenadamedia.
- Siallangan, A., Derang, I., & Nazara, P. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung Husada*, 8(1).
- SimilarWeb. (2023). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks.Katadata.Com.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Pustaka Barupress.
- Sukonengrom, A. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Internal Whistleblowing Intention*.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)* (Alfabeta). Bandung.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1).
- Tirtaasari, Y. D., Hidayati, N., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Price Discount, Shopping Lifestyle dan Consumer Trust Terhadap Impulse Buying Pada Situs Marketplace Shopee. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 46–57. www.fe.unisma.ac.id

Yulita, Sumiati, A., & Zulaihati, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

