

Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang

HAMZAH NAZARUDIN

TANTRI WIDIASTUTI

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala

Jl. Sriwijaya No. 32 & 36 Semarang

Politeknik Negeri Kupang Jurusan Administrasi Bisnis

Jl. Adisucipto Penfui Kupang

Email : alhimza@gmail.com

Diterima 17 Februari 2022 : disetujui 15 Maret 2022;

Abstrak. *The purpose of this study was to find out the influence of hedonism lifestyle on the consumptive behavior of young women in Kupang City. The subjects of this study were female consumers aged 18 to 21 years who visited the SPC handphone store in Kupang city. The date were collection thorough questionnaires. Sampling techniques using axidental sampling. Sampling techniques according to hair et al. (2010). The determination of the number of samples represented depends on the number of indicators multiplied by 5 to 10. the writer collects data by spreading questionnaires to 50 respondents of young women who shopped at the SPC handphone store koanino Kupang city. Technique for analyzing data was simple linear regression analysis. The results showed that there was a positive influence between hedonism lifestyles on the consumptive behavior of young women in the Kupang city. The higher the lifestyle of hedonism, the higher the consumptive behavior of young women of Kupang City and the lower the lifestyle of hedonism, the lower the consumptive behavior of the young women of kupang city.*

Keywords: *Lifestyle of hedonism, consumptive behavior, young women of Kupang city*

PENDAHULUAN

Latar belakang. Kemajuan teknologi dan industri di era globalisasi membawa perubahan yang besar pada seluruh aspek kehidupan masyarakat. Globalisasi merupakan alur usaha untuk hidup sesuai dengan konstelasi dunia sehingga globalisasi berdampak pada perubahan tata nilai kehidupan manusia. Dengan adanya globalisasi maka muncul sifat individualisme, hedonisme, sekularisme, dan konsumerisme. Yudhanegara: 2015 menyatakan bahwa globalisasi telah mempersempit jarak, ruang dan waktu dan berpengaruh pada perubahan tata nilai.

Gushevinalti, 2010 menyatakan bahwa

gaya hidup hedonisme merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang memiliki daya tarik terutama bagi remaja. Amstrong, 2003; Sudarsih, 2007, Nadzir dan Ingarianti, 2015 mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonisme merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktunya untuk bersenang-senang dengan temannya, membeli barang yang seringkali tidak dibutuhkan dengan tujuan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya. Aspek gaya hidup hedonisme pada penelitian ini mengacu pada teori Reynold & Darden (dalam Engel et al., 1994) yaitu terdiri dari opini (*opinion*), minat (*interest*), dan aktivitas (*activities*).

Biasanya seseorang yang memiliki gaya hidup hedonisme cenderung berorientasi pada nilai kenikmatan, kebendaan dan hiburan sehingga dalam keseharian individu tersebut lebih menekankan pada konsumsi yang dapat menciptakan kenikmatan. Kotler, 1993 menyatakan bahwa gaya hidup hedonisme dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu yang didasarkan pada keyakinan diri sendiri untuk memiliki gaya hidup sesuai dengan keinginannya dan faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar individu yang dipengaruhi oleh kelompok referensi.

Selanjutnya pola hidup konsumerisme merupakan suatu pola hidup yang menjadikan seseorang melakukan proses konsumsi atau pemakaian barang-barang hasil produksi secara berlebihan atau tidak sepatutnya secara sadar dan berkelanjutan. Akibat seseorang yang konsumerisme adalah menjadi pecandu dari suatu produk, sehingga ketergantungan terhadap produk sulit untuk dihilangkan. Sifat konsumtif seperti ini dapat menjadi penyakit jiwa pada kehidupan seseorang tanpa disadarinya. Sumartono, 2002 menyatakan bahwa seseorang yang konsumtif lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*).

Dalam penelitiannya Tambunan, 2001 menyatakan bahwa perilaku konsumtif sebagian besar dilakukan kaum wanita karena wanita lebih tertarik pada warna dan bentuk, bukan pada hal teknis dan kegunaannya. Wanita cenderung mudah terbawa bujuk rayu penjual, mudah hanyut dengan suasana toko, dan senang melakukan *windows shopping* (melihat-lihat tetapi tidak membeli). Perilaku konsumtif secara psikologis menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Hal ini karena individu selalu merasa ingin untuk membeli barang yang diinginkannya akan tetapi kegiatan pembelian seringkali tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga timbulnya rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi (Suyasa dan Fransiska 2005).

Menurut Robbers dan Jones dalam Naomi dan Mayasari, 2008 menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditunjukkan dengan perilaku berbelanja yang berlebihan dan berakibat buruk bagi lingkungan hidup. Dampak pertama dari segi input dalam memproduksi suatu produk, hal ini karena penggunaan sumberdaya yang melebihi takaran yang seharusnya diperlukan. Dengan konsumsi yang berlebihan maka ada kecenderungan pembuangan produk yang dilakukan oleh konsumen telah berlebihan sehingga lingkungan harus menerima buangan pemakaian produk yang cukup tinggi (Naomi dan Mayasari, 2008). Hal tersebut menjadikan dengan adanya perilaku konsumtif maka terjadi pemborosan dan inefisiensi biaya.

Fenomena ini sering terjadi pada remaja putri. Para remaja cenderung menyukai berbagai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal ini dikarenakan remaja berusaha untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dirinya, Santrock 2012. Banyak perubahan yang dialami oleh remaja putri pada khususnya seperti perubahan fisik, sikap, perilaku, dan emosi. (Sukari, dkk (2013).

Menurut Bush dalam Hylander, 2013 remaja merupakan salah satu kelompok yang sangat potensial bagi pemasar sebagai target pemasaran produk mereka, karena banyak remaja tumbuh dalam budaya konsumerisme yang membuat remaja terlibat dalam perilaku konsumtif. Lebih lanjut, Mangkunegara (2005) menyatakan bahwa karakteristik remaja itu mudah terbujuk rayuan, labil, impulsif dalam berbelanja, seringkali kurang realistis dalam berpikir, sehingga cenderung berperilaku boros karena sifat konsumtifnya.

Sukari, dkk (2013) menyatakan bahwa kecenderungan remaja untuk berperilaku konsumtif karena munculnya sarana dan prasarana yang semakin lengkap seperti mall dan *cafe*. Maulana, 2013 menambahkan bahwa remaja yang konsumtif sering membeli berbagai macam keperluan yang berdasarkan keinginannya bukan kebutuhan, seperti membeli *handphone*, pakaian,

makanan, hiburan, dan produk lainnya. Hal ini senada dengan pendapat Solomon (1996) yang mengungkapkan bahwa sebagian besar remaja menggunakan uang untuk membeli produk-produk yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan pada diri mereka sendiri.

Engel et al., 1995; Kotler, 2006 menyatakan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Gaya hidup adalah salah satu contoh faktor internal yang memengaruhi perilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Triyaningsih, 2011) yang menyatakan bahwa kebanyakan orang yang berperilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti *trend* gaya hidup.

Menurut Chaney dalam Fransisca & Suyasa, 2005 menyebutkan bahwa perilaku konsumtif terjadi karena mencontoh gaya hidup orang barat. Merembaknya pusat perbelanjaan yang menyajikan berbagai macam merek dari luar negeri, adanya restoran *fast food* yang seringkali membuat individu lebih memilih makanan barat daripada makanan dari produk lokal, serta merembaknya *cafe-cafe* yang sering digunakan remaja sebagai tempat bersosialisasi. Kesadaran remaja terhadap produk baru, bermerek dan kecenderungan untuk meniru gaya-gaya baru ini yang membuat perilakunya berubah. Tumbuhnya pola perilaku konsumtif diperkuat dengan banyaknya iklan di media televisi dan sosial media lainnya yang secara langsung maupun tidak langsung mengeksploitasi gaya hidup hedonisme (mewah).

Pada penelitian ini terdapat lima aspek perilaku konsumtif, yaitu 1) pembelian impulsif (Lina & Rosyid, 1997; Mangkunegara, 2005). 2) pemborosan (Lina & Rosyid, 1997; Mangkunegara, 2005). 3) mudah terbujuk rayuan (Mangkunegara, 2005). 4) kepuasan (Dharmmesta & Handoko, 2014). dan 5) kesenangan (Solomon; 1996; Fransisca & Suyasa, 2005).

Hawkins mengungkapkan bahwa gaya hidup yang dianut oleh seseorang akan berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan,

serta perilakunya termasuk perilaku membeli (Yuniarti, 2015). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hariyono (2015) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada remaja. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan memengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilaku membeli seseorang. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Febyanti (2006) pada remaja menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Dalam pengamatan awal peneliti menunjukkan bahwa sebagian remaja kota Kupang cenderung berperilaku konsumtif disebabkan oleh kebiasaan remaja putri kota Kupang yang senang melakukan kegiatan berbelanja bersama teman-teman remaja mereka meskipun hanya *window shopping* (melihat-lihat saja tapi tidak membeli) serta cenderung melakukan pembelian impulsif disebabkan oleh pengaruh kelompok referensi (*reference group*) yaitu teman-teman remaja mereka.

Berdasarkan gambaran tentang perilaku atau gaya hidup remaja di atas, mereka telah memiliki nilai yang menetap, dimana nilai Menurut Kluckhohn (Mulyana, 2004) adalah konsepsi tersurat dan tersirat yang sifatnya membedakan individu atau ciri-ciri kelompok dari apa yang diinginkan yang memengaruhi tindakan, pilihan terhadap cara, tujuan awal dan tujuan akhir. Nilai diperoleh dari hasil belajar dan pembentukannya dipengaruhi oleh kelompok referensi (*reference group*) yang dalam hal ini adalah teman-teman sesama remaja putri sebagai referensi perilaku pada remaja dan juga model penting bagi dirinya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah gaya hidup hedonisme berpengaruh pada perilaku konsumtif remaja kota Kupang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif remaja kota Kupang. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap

perilaku konsumtif remaja kota Kupang, semakin tinggi gaya hidup hedonisme maka semakin tinggi perilaku konsumtif remaja kota Kupang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif remaja kota Kupang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen remaja putri kota Kupang yang berbelanja pada toko *handphone* SPC Kuanino Kupang.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen remaja putri kota Kupang yang berbelanja pada toko *handphone* SPC Kuanino Kota Kupang dan mempunyai karakteristik sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian yang dapat di jadikan responden.

Menurut menurut Hair et al., (2010) Penentuan jumlah sampel yang *representative* adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sampel = jumlah indikator x 5 = (10 x 5) = 50, jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan aksiden-tal sampling yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan di anggap layak sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk di jadikan sampel.

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dalam bentuk pertanyaan yang dibagikan kepada responden. Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana, analisis ini dimaksud untuk mengetahui pengaruh variabel independen (gaya hidup hedonisme) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif remaja putri kota Kupang) dan menjawab hipotesis yang dibangun. Adapun persamaan umum regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Sumber: (Sugiyono, 2009)

Dimana :

Y = Perilaku konsumtif

X = Gaya hidup hedonisme

a = Konstanta

b = Angka arah koefisien regresi, menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

Uji-t. Uji-t digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependent. Pengujian ini dilakukan dengan 2 cara yaitu yang pertama dengan melihat nilai signifikansi /P-Value lebih kecil dari nilai alpha ($\leq 0,05$), yang ke dua yaitu dengan membandingkan t-hitung dan t-tabel dengan menggunakan *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) seri 16.0. Menurut Siregar (2013) ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis H_0 yaitu :

1. Jika, t hitung < t tabel atau sig > 0,05 berarti H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika, t hitung > t tabel atau sig < 0,05 berarti H_0 ditolak, H_a diterima.
3. 0,05 berarti H_0 ditolak, H_a diterima.

Hasil Penelitian. Analisis regresi sederhana ini di gunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap perilaku Y. Perhitungan statistik dalam analisis regresi sederhana selengkapnya akan di jelaskan pada tabel 1 :

Berdasarkan tabel 1 dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = 8,688 + 0,682x$. Hal ini menunjukkan bahwa bila variabel pengaruh gaya hidup hedonisme (X)=0 maka perilaku konsumtif remaja putri kota Kupang (Y) sebesar 8,688 Sedangkan bila X mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka Y akan bertambah besar 0,682.

Hal ini berarti bahwa naik turunnya pengaruh gaya hidup hedonisme dapat di prediksi dari naik turunnya perilaku konsumtif remaja putri kota Kupang Dengan kata lain gaya hidup hedonism dapat memengaruhi perilaku konsumtif remaja putri kota Kupang.

Koefisien Determinasi. Analisis determinasi dalam regresi linear sederhana di gunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. R^2

sama dengan 0 maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang di

Tabel 1
Coefficients^a

Model	Standardized Coofisient		unstandar dized coofisient		sig
	B	Std Error	Beta	t	
Constanta	8,688	2.028		4,284	.000
Total X	,682	.127	.612	5,368	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber (data di olah penulis 2021)

Tabel 2
Model Sumary

Model	R		Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	R	Square		
1	,612 ^a	,575	,462	2,835

a. Predictors: (Constant), total_x

Sumber : (data diolah penulis 2021)

Berikan variabel independen terhadap variable dependen, atau variable independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variabel dependen.

Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang di berikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variabel independen digunakan dalam model menjelaskan 100% variabel dependen, Perhitungan statistik koefisien determinasi dapat dijelaskan pada table 2 :

Berdasarkan tabel 2 diperoleh angka R Square sebesar 0,575 atau 57,5%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel gaya hidup hedonisme (X) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 57,5%. Sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan penelitian ini.

Hasil uji Hipotesis. Hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah :

H_0 : $b=0$: Gaya hidup hedonisme (X) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja kota kupang (Y)

H_a : $b \neq 0$: Gaya hidup hedonisme (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

remaja kota Kupang (Y), statistik uji di gunakan uji t, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima dan sebaliknya. Bisa juga membandingkan nilai alpha (0,01) atau 10 % dengan nilai signifikan (nilai P - value), yakni : jika P - value > 0,01 maka H_0 di terima dan H_a di tolak. Sebaliknya jika P-value < 0,05 maka H_a di terima dan H_0 di tolak.

Berdasarkan hasil perbandingan antara variabel bebas dan variabel terikat pada *table coefficient*, nilai signifikan/P-Value yang di peroleh adalah 0,000 sehingga apabila dibandingkan dengan nilai alpha 0,01 maka nilai signifikan/P-Value lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 \leq 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 di tolak dan H_a di terima atau dengan kata lain gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja kota Kupang. Sedangkan untuk membandingkan nilai t hitung dengan t table maka di gunakan pengambilan keputusan sebagai berikut :

a. Jika nilai t hitung lebih besar > dari t tabel maka ada pengaruh gaya hidup hedonism (X) terhadap perilaku pembelian konsumtif remaja kota Kupang

(Y).

b. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil < dari t tabel maka tidak ada pengaruh gaya hidup hedonisme (X) terhadap perilaku pembelian konsumtif remaja kota Kupang (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan statistik diketahui t hitung sebesar 5.368 karena nilai t hitung sudah diketahui maka selanjutnya akan dicari nilai t tabel. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= (a/2 ; n-k-1) \\ &= (0.05/2 ; 50-1-1) \\ &= (0.025 ; 48) \text{ Di lihat dalam} \\ &\text{distribusi nilai } t \text{ tabel} \\ &= 2.011 \end{aligned}$$

Maka dapat dilihat bahwa t tabel untuk 50 responden adalah 2.011 karena nilai t hitung lebih besar $5.368 >$ lebih besar dari nilai t tabel 2.011 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa ada pengaruh variabel gaya hidup hedonisme (X) terhadap variabel perilaku konsumtif remaja kota Kupang (Y).

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif pada remaja. Berdasarkan hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin tinggi gaya hidup hedonisme seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonisme seseorang, maka perilaku konsumtifnya juga semakin rendah. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Patricia dan Handayani (2014) yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Tinggi atau rendahnya tingkat perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor dimana salah satunya adalah gaya hidup.

munculnya perilaku konsumtif pada remaja disebabkan karakteristik psikologis remaja yang masih berada dalam proses pencarian jati diri, serta emosi remaja yang cenderung labil menyebabkan mereka mudah terkena pengaruh lingkungan. Kotler & Amstrong (1994) yang menyatakan bahwa karakteristik sosio ekonomi seseorang akan memengaruhi cara perilaku konsumtif seseorang. Lebih lanjut hasil penelitian Apriani (2017) menyatakan bahwa tidak adanya perbedaan perilaku konsumtif antara laki-laki dan perempuan.

Keterbatasan penelitian ini adalah hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara luas karena subjek pada penelitian ini hanya terbatas konsumen remaja putri kota Kupang yang berbelanja pada toko *handphone* SPC Kuanino Kupang. Keterbatasan lainnya yaitu terletak pada pilihan gaya hidup hedonisme hanya sebatas pembelian *handphone* sedangkan masih banyak produk-produk yang seringkali dibeli remaja putri dimana pembeliannya mengarah pada keinginan (*want*) dan bukan karena kebutuhan (*need*).

Kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Kupang. Gaya hidup hedonisme seseorang yang semakin tinggi, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga sebaliknya, gaya hidup hedonisme seseorang semakin rendah maka perilaku konsumtifnya semakin rendah.

Saran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif pada remaja. Dengan demikian Remaja putri kota Kupang di sarankan untuk menghindari gaya hidup hedonisme dengan membeli barang-barang berdasarkan kebutuhan (*need*) bukan keinginan (*want*) serta mampu mengendalikan dirinya dari pola hidup yang berlebihan dengan mengikuti *trend* (mode) dan kelompok acuan sehingga terhindar dari dampak negatif perilaku konsumtif. Bagi

peneliti lain yang ingin mengembangkan penelitian ini di sarankan untuk menambah faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif selain faktor gaya hidup hedonisme

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarasari, R. E. (1997). Hubungan tingkat religiusitas dengan sikap konsumtif pada ibu rumah tangga. *Psikologika*, 2(4), 15-20. doi: 10.20885/psikologika.vol2.iss4.art2.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku konsumen edisi keenam*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fransisca, & Suyasa, P. T. (2005). Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172-199.
- Gushevinalti. (2010). Telaah kritis perspektif Jean Baudrillard pada perilaku hedonisme remaja. *Jurnal Idea Fisipol UMB*, 4(15), 45-59. doi: 10.15575/psy.v3i2.1109
- Hair et al. 2010. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall Julianto, Pramdi
- Hawkins, D. I., Coney, K. A., & Best, R. J. (1980). *Consumer behavior: Implications for marketing strategy*. Ontario: Business Publications, Inc.
- Hylander, F. (2013). To think, to feel, to have: The effects of need for cognition, hedonism and materialism on impulse buying tendencies in adolescents. *Journal of European Psychology Students*, 4(2), 25-32. doi: 10.5334/jeps.bh
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Maulana, R. (2013, Oktober 18). *Remaja dan perilaku konsumtif*. Diunduh dari Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/maulanaridon/e/552a70ce6ea834ad6c552d01/remaja-dan-perilaku-konsumtif-tanggal-27-Maret-2018>.
- Naomi, Prima. dan Mayasari, Iin. (2008). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Siswa SMA Dalam Perilaku Pembelian Kompulsif . Perspektif Psikologi. Portal Jurnal UPITahun VII Ino. VIII oktober 2008
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan*. 582-596. Malang: Psychology Forum Umm.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Suyasa, P ,Tommy Y.S & Fransisca. (2005).Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal 3 Phorenesis*.Vol.VII. No.II. Hal.172-198.
- Santrock, John W. (2012). *Life-Span Development Perkembangan Masa-Hidup*.Edisi ketigabelas. New york. The McGraw-Hill
- Solomon, M. R. (1996). *Consumer behavior; buying, having, and being*. United State: Prentice - Hall International, Inc.
- Sukari, Larasati, A., Mudjijono, & Susilantini, E. (2013). *Perilaku konsumtif siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (Bpnb).
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*.On-line <http://www.epsikologi.com/remaja/191101.htm>.diakses: 10 desember 2013
- Triyaningsih, SL. 2011.Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat.*Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. III, No. II, Hal : 172-177