

HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA UNP

Mutiara Anjani^{1*}, Anindra Guspa²

^{1, 2} Departemen Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

E-mail: mutiaraanjani2002@gmail.com

ABSTRAK

Gaya hidup yang seluruh aktivitas hidupnya terfokus pada kesenangan hidup dan kepuasan sesaat sebagai hal utama dalam hidup diartikan sebagai gaya hidup hedonis, oleh sebab itu orang yang bergaya hidup hedonis dapat berpotensi mengembangkan perilaku konsumtif. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Dari total populasi 53.000 terdapat 384 orang mahasiswa. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *Accidental random sampling*. Mayoritas subjek dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 160 orang (41,7%) tergolong dengan gaya hidup hedonis tinggi. Kemudian pada variabel perilaku konsumtif, mayoritas subjek yaitu sebanyak 170 orang (44,3%) memiliki perilaku konsumtif sedang. Hasil analisis korelasi *Product momen* dari *pearson* pada penelitian ini menunjukkan hasil $r = 0,780$ dengan signifikan $p = < 0,000$ ($p < 0,05$), dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis maka perilaku konsumtif juga akan meningkat. Sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis maka perilaku konsumtif akan menurun. Pada akhirnya penelitian ini dapat menjadi suatu referensi bagi peneliti berikutnya mengenai permasalahan yang berkaitan dengan gaya hidup hedonis ataupun perilaku konsumtif.

Kata kunci: *Gaya hidup hedonis, Perilaku konsumtif, Mahasiswa*

ABSTRACT

Lifestyle whose entire life activities are focused on the pleasures of life and momentary satisfaction as the main thing in life is interpreted as a hedonistic lifestyle, therefore people with a hedonistic lifestyle can potentially develop consumptive behavior. The purpose of this study was to identify whether there is a relationship between a hedonistic lifestyle and consumptive behavior in students of Padang State University. From a total population of 53,000, there were 384 students. The sampling technique was the Accidental random sampling technique. The majority of subjects in this study, namely 160 people (41.7%) were classified as having a high hedonistic lifestyle. Then in the consumptive behavior variable, the majority of subjects, namely 170 people (44.3%) had moderate consumptive behavior. The results of the Pearson Product Moment correlation analysis in this study showed $r = 0.780$ with a significant $p = < 0.000$ ($p < 0.05$), from these results it can be concluded that there is a significant positive relationship between a hedonistic lifestyle and consumptive behavior in students of Padang State University. It can be interpreted that the higher the hedonistic lifestyle, the more consumptive behavior will increase. Conversely, the lower the hedonistic lifestyle, the less consumptive behavior will decrease. In the end, this study can be a reference for subsequent researchers regarding problems related to hedonistic lifestyle or consumptive behavior.

Kata kunci: *Hedonistic lifestyle, Consumer behavior, Students*

PENDAHULUAN

Berbagai teknologi canggih telah dikembangkan untuk memudahkan dan membantu manusia atau yang sering disebut dengan era globalisasi. Globalisasi adalah masuknya atau meluasnya pengaruh dari suatu wilayah/negara ke wilayah negara lain atau proses masuknya suatu negara dalam pergaulan dunia. Kemajuan teknologi yang pesat dan era digital telah menyebabkan generasi milenial cenderung terlibat dalam perilaku konsumtif, terutama dalam berbelanja online. Keinginan berbelanja online saat ini sangat bisa dirasakan pada masyarakat umumnya, tidak terkecuali remaja yang mulai menginjak dewasa (Remaja akhir). Monks dkk (2006) menyatakan

bahwa pada umumnya remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja memiliki ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dll. Remaja akan melakukan berbagai macam cara untuk memuaskan keinginannya untuk berbelanja.

Tahap remaja adalah saat individu mulai beradaptasi dengan lingkungan sosialnya, mengembangkan minat pada jenis teman sebaya tertentu, dan ingin dihormati oleh orang lain dengan cara tertentu untuk meningkatkan harga diri mereka. Masa dalam kehidupan individu yang ditandai dengan pertumbuhan dan perubahan disebut masa remaja. Masa ini, yang terjadi pada dekade kedua kehidupan individu, disebut juga sebagai usia percepatan pertumbuhan fisik, mental, emosional, dan sosial (Santrock, 2012). Mahasiswa dianggap selama tahap perkembangan, yang meliputi tahun 18 sampai 25. Dari segi perkembangan dapat diklasifikasikan sebagai remaja akhir sampai dewasa awal (Yusuf, 2012).

Menurut Sumartono (2002), mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa mahasiswa secara psikologis sedang mengalami proses pembentukan identitas mereka sendiri dan rentan dampak dari luar. Dari wawancara yang peneliti dapat terdapat beberapa mahasiswa yang sering membeli suatu barang yang digunakan sebagai gaya saja. Karena penyebab ini, mahasiswa semakin terjerumus ke dalam tipe remaja yang melakukan perilaku konsumtif karena pemenuhan kebutuhan (Abadi dkk., 2020). Pola pembelian dan memenuhi kebutuhan hidup agar lebih fokus pada keinginan dibandingkan kebutuhan dan cenderung hanya memenuhi keinginan serta kesenangan belaka disebut dengan “perilaku konsumtif”. Mahasiswa mengikuti perilaku konsumtif hanya untuk meningkatkan status mereka dalam pergaulan sehari-hari, itulah sebabnya mereka melakukannya. Siswa menganggap berbelanja sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dan menikmati kegiatan rekreasi, terlepas dari apakah mereka menyadari keunggulan produk yang mereka beli, menurut wawancara yang dilakukan pada 20 Mei 2024. Oleh karena itu, mereka puas dan mereka melakukan hal tersebut semata-mata karena keinginan, juga untuk mempertahankan status sosial yang tinggi dan tampil modis di lingkungannya.

Perilaku yang dipengaruhi oleh faktor keinginan yang telah memperoleh level yang tidak rasional dapat disebut sebagai perilaku konsumtif (Sumartono dalam Haryono, 2014). Perilaku konsumtif sebagian besar muncul pada masa remaja sampai dewasa muda. Hal ini disebabkan oleh stereotip tentang konsumsi berlebihan, serta dorongan dalam diri untuk mendapatkan atau mengkonsumsi produk yang sedang tren, namun tidak berguna dalam jangka panjang. Faktor budaya, pribadi, dan bahkan psikologis dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Dengan meningkatnya gaya hidup, orang menjadi hedonis, yaitu orang yang menikmati kesenangan dan akan menggunakannya, bahkan dalam jumlah kecil, untuk mendapatkan kesenangan yang mereka inginkan Khairat, Yusri & Yuliana (2018).

Gaya hidup juga dapat didefinisikan sebagai pola hidup yang ditunjukkan oleh aktivitas, minat dan opini seseorang (Kotler, 2006). Salah satu jenis gaya hidup diantaranya adalah gaya hidup hedonis. Kotler, (1993) berpendapat bahwa gaya hidup hedonis dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal yaitu peristiwa yang terjadi dalam diri individu, dan kepercayaan bahwa dirinya dapat menjalani gaya hidup yang seimbang dengan kehendaknya. Gaya hidup hedonis berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini semakin didukung dengan temuan penelitian Gita Hening Wulansari (2019) tentang “Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Make Up di Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.” Temuan menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang cukup besar antara perilaku pembelian konsumtif dan gaya hidup hedonis. kompensasi bagi mahasiswa UNISSULA Semarang.

Gaya hidup hedonis pada mahasiswa digambarkan sebagai konsumsi berlebihan terhadap barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, dilakukan untuk mencapai kenikmatan serta meningkatkan status sosial dan harga diri mereka. Mahasiswa yang perilaku konsumtif tidak menyadari bahwa mereka akan mengalami perubahan hidup seiring waktu. Pada akhirnya, ini akan menghasilkan perbedaan yang umum perbedaan antara kebutuhan pokok yang mendesak dan kebutuhan tambahan yang dapat diabaikan. Perubahan gaya hidup yang diadopsi mahasiswa ini memberikan dampak tambahan, yaitu kurangnya perhatian terhadap pengelolaan keuangan dan menimbulkan dampak lainnya menjadi tidak bisa meregulasi keuangan. Bentuk- bentuk perilaku gaya hidup hedonisme pada mahasiswa seperti memakai barang bermerek, nongkrong di cafe.

Penelitian yang dilakukan Hasnidar Thamrin dan Adnan Achiruddin Saleh (2021) mengungkapkan adanya korelasi yang cukup besar antara perilaku konsumtif dengan gaya hidup hedonis. Artinya, perilaku konsumtif meningkat sebanding dengan tingkat gaya hidup. Begitu juga perilaku konsumtif menurun seiring dengan semakin sederhananya gaya hidup. Hal ini sesuai dengan temuan Haryono (2014) yang menemukan adanya korelasi positif antara gaya hidup mahasiswa dengan perilaku konsumtif.

Mahasiswa memiliki kepuasan tersendiri yang ingin memenuhi keinginannya dan orang yang bergaya hidup hedonisme cenderung memenuhi keinginannya tanpa mempertimbangkan apa yang akan terjadi di masa depan. Media iklan juga berpengaruh terhadap mahasiswa yang bergaya hidup hedonisme karena mengikuti trend yang tidak ada habisnya dan mendorong mereka berperilaku konsumtif. Iklan yang menekankan kepuasan instan dapat meningkatkan perilaku konsumtif, terutama pada mahasiswa yang hedonis.

Uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak semua orang dengan gaya hidup hedonis mengalami perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya. Faktor-faktor perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah seperti kepribadian, nilai-nilai pribadi, dan pengendalian impuls dapat mempengaruhi hubungan antara kedua konsep ini.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menerapkan metodologi kuantitatif. Azwar (2017) menekankan bahwa penelitian kuantitatif ditandai dengan pengumpulan numerik (angka) melewati metode pengukuran dan selanjutnya pengolahan data tersebut menggunakan metode analisis statistik. Penelitian ini menggunakan metodologi korelasional kuantitatif. Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan metodologi survei, yang melibatkan penyebaran kuesioner atau alat ukur. Penelitian ini tergolong penelitian korelasional karena tingkat penjelasannya. Variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini yaitu Variabel terikat yaitu (Perilaku Konsumtif) dan Variabel bebas (Gaya Hidup Hedonis).

Menurut Arikunto (2014), populasi meliputi total subjek penelitian. Penelitian ini meneliti populasi sebanyak 53.000 mahasiswa UNP. Menurut Sugiyono (2014) Sampel yaitu populasi yang mempunyai ciri dan jumlah tertentu. Sampel merupakan perwakilan dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2014). Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Accidental Random Sampling* yang menjamin bahwa sampel dikumpulkan secara seimbang dan representatif berdasarkan jumlah subjek di setiap wilayah atau strata. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 384 orang dari populasi mahasiswa UNP sebanyak 53.000 orang.

Berhubung populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Negeri Padang pengambilan data dilakukan secara online dalam bentuk *google form* dan disebarikan melalui media sosial seperti Instagram, whatsapp dan tiktok. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang diterapkan pada skala perilaku konsumtif dan skala gaya hidup hedonis. Pada penelitian ini reliabilitasnya ditentukan oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan nilai Cronbach alpha untuk skala gaya hidup hedonistik sebesar 0,939, lalu nilai Cronbach alpha untuk skala perilaku konsumtif adalah sekitar 0,891. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Data dianalisis dengan menggunakan software SPSS versi 25.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang berjumlah 384 orang. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa subjek dengan umur yang paling tinggi adalah umur 22 dengan jumlah 203 (52,9%), lalu yang terendah pada umur 24 dengan jumlah 5 (1,3%). Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa yang paling tinggi pada jenis kelamin perempuan sebanyak 257 (71,6%) dan yang terendah pada jenis kelamin laki-laki 109 (28,4%). Berdasarkan prodi dapat diketahui yang paling tinggi pada FEB sebanyak 80 (20,8%) dan yang terendah pada FK 2 (0,5%). Hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel Data Demografis Subjek		
Deskripsi	Frekuensi	Persentase (%)
Umur		
19	6	1,6%
20	10	2,6%
21	119	31,0%
22	203	52,9%
23	41	10,7%
24	5	1,3%
Jenis Kelamin		
Perempuan	257	71,6%
Laki-laki	109	28,4%
Prodi		
FPK	94	24,5%
FKIP	31	8,1%
FEB	80	20,8%
FT	29	7,6%
FIS	33	8,6%
FBS	38	9,9%
FMIPA	63	16,4%
Total	384	100%

Berdasarkan kategorisasi variabel gaya hidup hedonis diketahui bahwa sebagian besar subjek penelitian yaitu sebanyak 162 orang (72,6%) tergolong dengan gaya hidup hedonis sedang. Sementara itu, 29 orang (13,0%) menunjukkan gaya hidup hedonis tinggi, sedangkan 23 orang (13,0%) menunjukkan gaya hidup hedonis rendah. Berdasarkan kategorisasi variabel perilaku konsumtif bahwa kategori subjek saat ini berada pada level sedang yaitu sebanyak 164 individu (73,5%), 21 orang (9,4%) menunjukkan konsumtif tinggi, sementara 38 orang (17,0%) melaporkan konsumsi rendah.

Tabel kategorisasi Gaya hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif			
Variabel	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
Gaya Hidup Hedonis	Tinggi	29	13,0 %
	Sedang	162	72,6%
	Rendah	23	13,0%
Perilaku Konsumtif	Tinggi	21	9,4%
	Sedang	164	73,5%
	Rendah	38	17,0%

Pada penelitian ini Uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah variabel yang diteliti berdistribusi normal, dengan hasil analisis statistic diketahui bahwa Variabel perilaku konsumtif memperoleh nilai Asymptotic dengan tingkat signifikansi sebesar 0,283. Kedua variabel tersebut berdistribusi normal dan meraih asumsi uji normalitas yang dibuktikan dengan nilai Sig sejumlah 0,459. Dilanjutkan dengan Uji linearitas yang berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai hubungan linier terhadap variabel dependen. Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis statistic diketahui bahwa linieritas hubungan gaya hidup hedonistik dengan perilaku konsumtif adalah $F = 0,600$ dengan nilai p value sejumlah 0,715 ($p > 0,05$) yang menandakan terdapat hubungan linier pada penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah Metode *Product Moment Pearson*, dan analisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.0 for Windows. Penelitian ini menggunakan analisis *cluster k-means* untuk memastikan koefisien korelasi $r = 0,767$, dengan tingkat signifikansi $p < 0,000$ ($p < 0,05$). Dengan hasil demikian dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menandakan bahwa hipotesis yang diajukan terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonistik dengan perilaku konsumsi mahasiswa S1 Universitas Negeri Padang. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel hasil uji hipotesis

Hubungan Variabel	r	p	Keterangan
X dan Y	0,767	0,000	Adanya hubungan positif

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif dengan gaya hidup hedonis mahasiswa Universitas Negeri Padang. Ha diterima dan H0 ditolak setelah hipotesis diuji, menyatakan terdapat hubungan antara variabel independen dan dependen. Hubungan tersebut bernilai positif, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Padang berkorelasi positif dengan tingkat gaya hidup hedonis. Berdasarkan hasil proses kategorisasi, mayoritas subjek penelitian saat ini berada pada kategori gaya hidup hedonistik. Secara spesifik, indeks aktivitas menunjukkan nilai tertinggi di antara ketiga indikator lainnya. Dalam hal ini, subjek sering rekreasi di luar rumah dan sering mengunjungi pusat perbelanjaan atau kafe. Konsistensi hal tersebut dengan pernyataan Kasali (1998) bahwa individu yang memiliki banyak waktu dan uang lebih besar kemungkinannya untuk mencari pekerjaan. Dari segi aktivitas, sebagian besar subjek berada pada kategori yang sedang, artinya mereka dapat mengelola keuangan dan aktivitas rumah tangganya untuk memastikan terpenuhinya kebutuhan lainnya.

Berdasarkan hasil kategorisasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas subjek penelitian ini memiliki tingkat perilaku konsumtif dalam kategori sedang yang artinya subjek dapat mengontrol perilaku konsumtif. Aspek yang paling tertinggi adalah aspek pembelian impulsif dari dari aspek lainnya. Perilaku konsumtif biasanya muncul ketika seseorang membeli sesuatu yang tidak perlu, karena pembelian tidak berlandaskan terhadap faktor kebutuhan tetapi pada taraf keinginan yang berlebihan (Lina & Rosyid, 1997).

Hasnidar Thamrin dan Adnan Achiruddin Saleh (2021) melakukan penelitian yang menandakan ada korelasi substansial antara perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis. Artinya, perilaku konsumtif berkorelasi positif dengan gaya hidup hedonis individu, sedangkan perilaku konsumsi berkorelasi negatif dengan gaya hidup individu. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis. Dengan hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gita Hening Wulansari (2019). Penelitian ini menunjukkan adanya korelasi positif yang cukup besar antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif dalam pembelian kosmetik oleh mahasiswa UNISSULA Semarang.

Amelia AcmeI sebelumnya telah melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN AR-RANIRY”. Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat signifikan dan positif antara perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya korelasi positif antara perilaku konsumtif dengan gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang. Perilaku konsumtif tergolong sedang, sedangkan kategori gaya hidup hedonis tergolong sedang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis data mengenai hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Padang, maka didapatkan hasil koefisien sebesar $r = 0,780$, dengan $p = 0,000$ yang mengindikasikan adanya hubungan yang positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis mahasiswa Universitas Negeri Padang maka semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Padang. Begitupun Sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis mahasiswa Universitas Negeri Padang maka semakin menurun perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut yaitu untuk subjek penelitian, Peneliti meminta subjek penelitian untuk meminimalisir konsumsi produk yang tidak bermanfaat guna mengurangi pengeluaran konsumen. Agar mahasiswa Universitas Negeri Padang tidak menjadi keras kepala dan tidak mengikuti perayaan gaya hidup yang semakin semarak, para peneliti menegur mereka. Siswa harus dapat secara efektif mengelola pembelian produk yang diperlukan dibandingkan dengan produk yang hanya diinginkan demi tren. Lalu Untuk

Peneliti Selanjutnya, Saran dari penelitian ini agar dapat mengaitkan dengan variabel lain guna menelaah lebih dalam penelitian dan dapat memodifikasi subjek penelitian yang sesuai dengan kebutuhan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 3(3),131–140. <http://doi.org/10.22146/gamajop.44104>.
- Azwar, S. 2012. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar. (2013). Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Pusata Belajar.
- Azwar, Saifuddin. 2010. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Astuti, Endang Dwi. Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *eJournal Psikologi*. Vol. I. No. II, hal: 148-156. 2013
- Bashir, S., Zeeshan, M., Sabbar, Hussain & Sarki, I.H. 2013. Impact Of Cultural and Life Style on Impulse Buying Behaviour: A Case Study of Pakistan. *International Review of Management and Bussines Research* Vol.2.
- Chita, R.C.M., David, L., Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Univertas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik*. Vol 3. No 1. Hal 297- 302
- Cheng, T. L. (2013). Attitudes towards work, life, career and the world view: Three generational perspectives across Malaysia. , 1, 49–58.
- Chaney, D. (2009). Lifestyles: Sebuah pengantar komprehensif / David Chaney. Jalasutra.
- Effendi, U. (2016). Psikologi konsumtif (A. R. Batubara (ed.); 1st ed.). Rajawali Pers.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). Perilaku konsumtif edisi keenam. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fattah, Fuad Abdul, Mintasih Indriayu dan Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*. 4(1): 11-21.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi* ,11(1), 50-65.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Ade. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 23–35.
- Gushevinalti.(2010). Telaah kritis perspektif Jean Baudrillard pada perilaku hedonisme remaja. *Jurnal Idea Fisipol UMB*,4(15), 45-59. doi: <https://doi.org/10.15575/psy.v3i2.1109>
- Haryono, P. (2014). Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5. *Psikoborneo*, 2(4), 268–273.
- Haryani & Herwanto. 2015. Hubungan Konformitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik. *Jurnal Psikologi*. Volume 2, No, 1. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku. *Jurnal Psikologi*, Vol.11 No.1, 5-11.
- Hasnidar, T., & Adnan A.S. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. Vol 1 No.01, 1-14.

- Ismail, I., Thalib, S. B., & Indahari, N. A. (2021). Hubungan pola asuh permisif dengan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja. *Pinisi Journal of Art, Humanity and Social Studies*, 1(2), 52–58.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Korry, P. D. P., Yulianti, N. M. D. R., & Yunita, P. I. (2017). Increase the attractiveness of local fruits to buying intention of hedonic consumers in Bali. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 4(6), 10–16.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lina, & Rosyid, H. F. (2008). Perilaku konsumtif berdasar Locus of Control pada remaja putri. *Psikologika*, 4, 5–13.
- Maulana, R. (2013). Remaja dan Perilaku Konsumtif. Retrieved february 23, 2015, from Kompasiana: <http://sosbud.kompasiana.com/2013/10/18/remajadan-prilakukonsumtif-599965.html>
- Monks, dkk. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Gadjah Mada University Press ; Yogyakarta.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan PERILAKU KONSUMTIF, REMAJA 140 *E-JOURNAL GAMA JOP gaya hidup hedonis remaja*. Seminar Psikologi & Kemanusiaan. 582-596. Malang: Psychology Forum Umm.
- Nurvitria., (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan Âxâ. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01).
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.
- Rianton. (2012). Hubungan antara konformitas kelompok teman sebaya dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Kab. Dhamasraya di Yogyakarta. Naskah Publikasi. Yogyakarta.
- Rizaldi, Mufti., 2016. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone di Kalangan Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya
- Suyasa, Y. dan Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis*. Desember Vol.7, No.2 172-199.
- Subagyo, & Dwiridotjahjono. (2021). Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mojokerto. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 26– 39. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.342>
- Swastha & Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE UI Depok.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Trimartati, N. (2014). Studi Kasus tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan. *Psikopedagogia*. Vol 3, No 1.
- Triyaningsih, SL. 2011. Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. III, No. II, Hal : 172-177

- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01).
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.
- Lina, & Rosyid, H. F. (2008). Perilaku konsumtif berdasar Locus of Control pada remaja putri. *Psikologika*, 4, 5–13.