



# Pengaruh *Online Shop* dan Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi pada Siswa SMA Santa Maria Pekanbaru

Tamara Tri Elfia Manik<sup>1</sup>, Gusnardi<sup>2</sup>, M. Yogi Riyantama Isjoni<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Riau, Indonesia

E-mail: [tamara.tri4903@student.unri.ac.id](mailto:tamara.tri4903@student.unri.ac.id), [gusnardi@lecturer.unri.ac.id](mailto:gusnardi@lecturer.unri.ac.id), [m.yogi@lecturer.unri.ac.id](mailto:m.yogi@lecturer.unri.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-07-22 Revised: 2024-08-19 Published: 2024-09-01	The increasingly rapid internet technology offers many online shop services, which have changed people's lifestyles and behavior, especially teenagers. Among society, especially teenagers, are a group that is vulnerable to consumption that is difficult to control. Uncontrolled consumer behavior will cause financial problems and debt. Teenagers or students who have high pocket money will easily be tempted to shop at online shops because they want to keep up with developments in trends, so they want to follow a high lifestyle and keep up with the times. The research used in this research is quantitative research. The population in this study was Santa Maria High School students with a population of 548 and a sample of 85. Data was collected using questionnaires. This research shows that online shops do not have a positive and significant effect on consumptive behavior in Santa Maria Pekanbaru High School students with a p value of 0.090, namely >0.05, pocket money has a positive and significant effect on consumptive behavior in Santa Maria Pekanbaru High School students. This is indicated by a p value of 0.000, namely <0.05. Lifestyle as a moderator can weaken the relationship between online shops and the consumptive behavior of Santa Maria Pekanbaru High School students. This is shown by the p value of 0.311, namely >0.05, lifestyle as a moderator can weaken the relationship between pocket money and the consumptive behavior of Santa Maria Pekanbaru High School students. This is indicated by the p value of 0.123, namely >0.05.
<b>Keywords:</b> <i>Online Shop;</i> <i>Pocket Money;</i> <i>Lifestyle;</i> <i>Consumptive Behaviour.</i>	

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-07-22 Direvisi: 2024-08-19 Dipublikasi: 2024-09-01	Teknologi internet yang semakin pesat banyak menawarkan jasa <i>online shop</i> , yang telah mengubah gaya hidup dan perilaku seseorang, khususnya remaja. Dikalangan masyarakat terutama remaja, adalah kelompok yang rentan untuk melakukan konsumsi yang sulit terkendali. Perilaku konsumtif yang tidak terkendali akan menimbulkan masalah keuangan dan hutang. Remaja atau siswa-siswi yang memiliki uang saku yang cenderung tinggi akan mudah tergiur untuk berbelanja di <i>online shop</i> akibat ingin mengikuti perkembangan trend sehingga ingin mengikuti gaya hidup yang tinggi dan mengikuti perkembangan zaman. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa-siswi SMA Santa Maria dengan populasi 548 dan sampel 85. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket atau kuesioner. Penelitian ini menghasilkan bahwa <i>online shop</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Santa Maria Pekanbaru dengan nilai <i>p value</i> sebesar 0,090 yaitu >0,05, uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan nilai <i>p value</i> sebesar 0,000 yaitu <0,05, Gaya hidup sebagai pemoderasi dapat memperlemah hubungan antara <i>online shop</i> terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan nilai <i>p value</i> 0,311 yaitu >0,05, gaya hidup sebagai pemoderasi bisa memperlemah hubungan antara uang saku terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan nilai <i>p value</i> 0,123 yaitu >0,05.
<b>Kata kunci:</b> <i>Online Shop;</i> <i>Uang Saku;</i> <i>Gaya Hidup;</i> <i>Perilaku Konsumtif.</i>	

## I. PENDAHULUAN

Teknologi internet yang semakin pesat banyak menawarkan jasa *online shop*, yang telah mengubah gaya hidup dan perilaku seseorang, khususnya remaja. Perubahan perilaku seseorang karena internet membawa seseorang menjadi berperilaku konsumtif, dimana dalam penggunaan internet ini dalam mengakses semua

yang kita inginkan, misalnya dalam berbelanja dengan mudah (Sari, 2015). Para remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang terbaru dan menyebabkan berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi. Sikap atau perilaku remaja yang mengonsumsi barang secara berlebihan atau tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang

banyak terjadi pada remaja pada umumnya hanya sebatas keinginan terhadap barang-barang tersebut dan belum tentu sesuai dengan kebutuhan mereka. (Lestarina et al., 2017).

Para remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang terbaru dan menyebabkan berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi. Perilaku konsumtif ini merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat, termasuk kalangan siswa SMA, dimana sebenarnya mereka belum cukup memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya (Miftahul Janna & Gusnardi 2022). Masa remaja serigkali dengan masa labil atau masa mencari jati diri. Hal ini terjadi karena di masa-masa itu merupakan peralihan antara masa kehidupan anak-anak dan masa kehidupan orang dewasa. Bagi remaja yang tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimiliki maka mereka akan mempercantik diri dengan membeli pakaian dan alat-alat kecantikan yang dapat menonjolkan bentuk fisik yang dianggap menarik. Perilaku konsumtif siswa bisa dipengaruhi karena faktor lingkungan dan pergaulannya. Remaja yang berada di lingkungan pergaulan yang teman sebayanya bepenampilan glamour dan selalu mengikuti perkembangan zaman terutama soal fashion maka ia akan merasa tidak mau tertandingi dan berkeinginan melampaui penampilan temannya (Harita et al., 2022).

Menurut Fromm, perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi atau membeli sesuatu barang/jasa secara tidak rasional dan kompulsif yang mana tidak untuk memenuhi kebutuhannya tetapi hanya untuk memenuhi kesenangan semata. Selain itu juga terdapat tiga aspek seseorang atau kelompok dikatakan konsumtif yaitu Pembelian (*Impulsif Buying*), pemborosan (*Wasteful Buying*) dan Mencari kesenangan (*Non Rational Buying*) (Fitri, 2022). Pembelian impulsif suatu tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar sebagai hasil dari pertimbangan, atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko. Impulse Buying sering terjadi pada kondisi seseorang individu yang mengalami perasaan yang mendesak secara tiba-tiba yang biasanya tidak dapat dilawan. Selain pembelian impulsif, pemborosan juga aspek orang melakukan perilaku konsumtif dimana pemborosan ini dianggap menghabiskan uang hanya untuk keinginan bukan kebutuhan. Aspek terakhir yaitu mencari kesenangan atau hedonisme, yaitu Hedonisme ini pandangan

hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup.

Siswa-siswi yang berperilaku konsumtif memang terlihat lebih berpenampilan menarik karena selalu ingin mengenakan fashion yang terbaru agar terlihat eksis di lingkungan sekitarnya. Kegiatan konsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan permasalahan dalam diri tiap individu karena berdampak negatif kepada kondisi keuangan jika ini tidak bisa dikendalikan akan mempengaruhi kebiasaan dan gaya hidup (Fitria, 2015). *Online shop*, merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, *online shop* yaitu sarana atau toko yang menawarkan barang dan jasa lewat internet. Saat ini online shop tengah di minati oleh banyak masyarakat karena online shop merupakan pembelian melalui internet atau gadget yang mudah untuk di akses, apalagi dengan adanya kemajuan teknologi gadget pun dapat di akses dimana dan kapan saja, kegiatan berbelanja melalui online shop ini dapat dikatakan sebuah gaya hidup konsumtif karena biasa dilakukan sehingga berkelanjutan dan menjadi ketergantungan.

Faktor yang mempengaruhi pemanfaatan online shop ini juga karena efisiensi waktu, akses yang mendukung serta sebagai pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Pernyataan tersebut diperjelas oleh penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar siswa ingin memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara instan dan cepat tanpa membuang banyak tenaga dan waktu, serta banyak dari penjual online yang berani memasang harga lebih rendah dibandingkan harga pasaran (Haryana, 2020). Siswa-siswi atau remaja terutama wanita merupakan sasaran utama yang dijadikan sebagai objek pembeli online. Tuntutan gaya hidup saat ini mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif sehingga suka berbelanja online. Kelebihan toko online dibandingkan toko konvensional adalah: 1) Modal untuk membuka toko online relative kecil, 2) Toko konvensional yang memiliki biaya operasional, 3) Toko online buka 24 jam dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja, 4) Konsumen dapat mencari dan melihat katalog produk dengan lebih cepat. 5) Konsumen dapat mengakses lebih dari satu toko online dalam waktu bersamaan.

Faktor lain remaja berperilaku konsumtif adalah uang saku. Pemberian uang saku kepada anak adalah pengalokasian pendapatan keluarga kepada anak untuk kebutuhan sehari-hari, mingguan ataupun bulanan. Jadi pengendalian

diri sangat diperlukan dalam mengelola uang saku agar tidak berperilaku konsumtif. Uang saku adalah faktor yang dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi remaja, dengan rata-rata pendapatan uang saku yang berbeda-beda dari setiap siswa-siswi setiap hari, setiap minggu atau setiap bulannya. Sebagian besar siswa-siswi mengandalkan uang sakunya untuk berbelanja juga, seperti berbelanja fashion, skincare, nongkrong bersama teman dan lainnya. Besar kecilnya uang saku yang akan diterima dari orang tua akan mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Uang saku berkaitan erat dengan kegiatan konsumsi.

Salah satu bentuk tanggung jawab yang diterima oleh remaja adalah uang saku. Dimana uang saku dapat melatih diri untuk disiplin dalam mempergunakan uang dengan baik. Uang saku yang diberi orangtua bisa saja dijadikan atau disihkan sedikit untuk tabungan agar dapat digunakan jika ada kebutuhan yang mendesak diwaktu tertentu. Dalam hal ini siswa-siswi harus focus menggunakan uang saku untuk keinginannya dan menyampingkan kebutuhan-kebutuhannya. Jadi dengan uang saku yang tinggi maka akan membuat seseorang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi atau berperilaku konsumtif. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif selain *online shop* dan uang saku adalah gaya hidup, gaya hidup juga mempengaruhi siswa-siswi dalam mengelola uangnya. Gaya hidup siswa-siswi tinggi akan yang membuat kondisi keuangan selalu tidak mencukupi. Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian di pihak lain. Artinya dimana lingkungan kita berada akan dapat mempengaruhi perilaku termasuk selera atas suatu produk (Sukamto, 2019).

Dengan adanya permasalahan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat membantu mengurangi permasalahan perilaku konsumtif di kalangan siswa SMA dan meningkatkan kesejahteraan keuangan para remaja serta lebih memahami cara mengelola uang dengan baik untuk di masa yang akan datang.

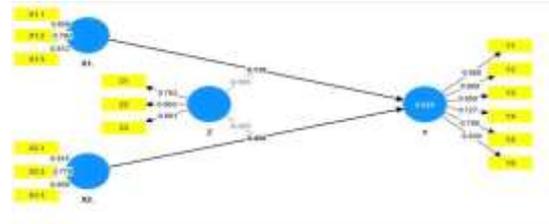
## II. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, Penelitian ini menggunakan instrumen kuisioner, yaitu dalam pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMA Santa Maria Pekanbaru dengan jumlah populasi

seluruhnya 548 dan sampel nya sebanyak 85 responden. Adapun tempat pada penelitian ini akan di laksanakan di SMA Santa Maria Pekanbaru.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian



**Gambar 1** Hasil Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

**Tabel 1.** Hasil Evaluasi Pengukuran *Outer Loadings*

	X1	X2	Y	Z	Z x X1.	Z x X2.
X1.1	0.859					
X1.2	0.792					
X1.3	0.812					
X2.1		0.815				
X2.2		0.779				
X2.3		0.859				
Y1			0.886			
Y2			0.869			
Y3			0.858			
Y4			0.727			
Y5			0.796			
Y6			0.830			
Z1				0.763		
Z2				0.863		
Z3				0.801		
Z x						
X2.						1.000
Z x						
X1.						1.000

Untuk menguji *convergent validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* >0,7 (Ghozali, 2010). Gambar diatas menunjukkan bahwa setiap indikator dari masing-masing variabel sudah valid dan dapat digunakan untuk

pengujian dan juga penganalisisan data selanjutnya.

**Tabel 2.** Hasil Evaluasi Pengukuran *Construct Reliability And Validity*

	Cronbach's Alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1.	0.758	0.758	0.862	0.675
X2.	0.753	0.759	0.859	0.670
Y	0.908	0.916	0.929	0.688
Z	0.736	0.734	0.851	0.656

*Composite reliability* merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Nilai pada *composite reliability* dapat digunakan dalam menguji nilai reliabilitas masing-masing indikator pada suatu variabel. Nilai *composite reliability* harus  $> 0,7$  meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima. Suatu konstruk dapat dikatakan memiliki nilai reliabilitas yang tinggi jika nilai *composite reliability*  $> 0,7$ . Pengujian realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$  (Ghozali, 2016). Gambar diatas menunjukkan bahwa setiap indikator dari masing-masing variabel sudah reliabel dan dapat digunakan untuk pengujian dan penganalisisan data selanjutnya.

**Tabel 3.** Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y	0.829	0.819

Nilai *R Square* sebesar 0,829 sehingga termasuk dalam kategori kuat. Menunjukkan bahwa variabilitas konstruk perilaku keuangan dapat dijelaskan oleh konstruk *online shop* dan uang saku interaksinya sebesar 82,9 %. Sedangkan 17,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## B. Pembahasan

**Tabel 4.** Hasil Uji *Path Coefficients (Dirrect Effect)*

	Original Sample (O)	Sample mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P Values
X1. -> Y	0.110	0.118	0.065	1.697	0.090
X2. -> Y	0.456	0.451	0.075	6.079	0.000
Z -> Y	0.396	0.393	0.068	5.864	0.000
Z x X1. -> Y	-0.065	-0.061	0.065	1.013	0.311
Z x X2. -> Y	-0.097	-0.102	0.063	1.544	0.123

### 1. Pengaruh *Online Shop* Terhadap Perilaku Konsumtif siswa SMA Santa Maria Pekanbaru

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan online shop tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Santa Maria Pekanbaru dengan nilai p value sebesar 0,090 yaitu  $> 0,05$ . Berdasarkan hasil analisis tersebut maka hipotesis 1, online shop tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini sejalan dengan (Afilla, 2020) yang menjelaskan bahwa online shop tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dan temuan ini tidak sejalan dengan penelitian (Unusia, 2023) dan (Sari, 2015) yang menunjukkan adanya pengaruh online shop terhadap perilaku konsumtif.

Temuan ini menjelaskan bahwa online shop tidak mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif, jika seseorang tidak mudah tertarik atau tergiur pada online shop maka kecil kemungkinan untuk berperilaku konsumtif namun jika seseorang merasa online shop mudah dalam melakukan belanja fashion, memiliki banyak baju yang modelnya limited edition, mengikuti trend dan gaya idola yang sedang booming maka kemungkinan besar akan berperilaku konsumtif. Thohiroh, A. Q., & Yuwono, S. (2015).

### 2. Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Santa Maria Pekanbaru

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa uang saku berpenga-

ruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan nilai p value sebesar 0,000 yaitu  $<0,05$ . Berdasarkan hasil analisis tersebut maka hipotesis 2 didukung, Maka uang saku berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nailatul Hidayah (2018) dan Indriani (2015) yang menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

Uang saku menjadi tolak ukur bagi siswa dalam perilaku konsumtif. Karena Umumnya semakin tinggi uang saku, semakin tinggi pula kegiatan konsumsi seseorang. Pendapatan atau uang saku yang dimiliki mahasiswa bisa berasal dari orang tua, saudara, beasiswa, ataupun dari bekerja.

### **3. Pengaruh Gaya Hidup Sebagai Pemoderasi Hubungan Antara *online shop* Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Santa Maria Pekanbaru**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa Gaya hidup sebagai pemoderasi dapat memperlemah hubungan antara online shop terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan nilai p value 0,311 yaitu  $>0,05$ . Temuan ini sejalan dengan Indar Rahmani (2019) yang menjelaskan bahwa gaya hidup dapat memperlemah hubungan online shop terhadap perilaku konsumtif, dan sebaliknya penemuan ini tidak sejalan dengan penelitian Musanna & Hismendi (2018). yang menjelaskan bahwa gaya hidup dapat memperkuat hubungan antara online shop terhadap perilaku konsumtif. Ketika dalam menggunakan atau berbelanja online shop tinggi diikuti dengan pengendalian gaya hidup yang rendah tidak akan bisa memperkuat perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya apabila seseorang memiliki cara berbelanja di online shop yang rendah dan gaya hidupnya tinggi maka akan tetap memperlemah perilaku konsumtif karena cara berbelanja orang tersebut tidak sesuai dengan pengendalian dirinya.

### **4. Pengaruh Gaya Hidup Sebagai Pemoderasi Hubungan Antara Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Santa Maria Pekanbaru**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa gaya hidup sebagai pemoderasi bisa memperlemah hubungan antara uang saku terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan nilai p value 0,123 yaitu  $>0,05$ . Temuan ini sejalan dengan penelitian Kanserina (2015) yang menjelaskan bahwa gaya hidup dapat memperlemah hubungan antara uang saku terhadap perilaku konsumtif, dan sebaliknya penemuan ini tidak sejalan dengan penelitian Titi Rismayanti (2020) yang menjelaskan bahwa gaya hidup dapat memperkuat hubungan antara uang saku terhadap perilaku konsumtif.

Ketika uang saku seseorang tinggi diikuti dengan gaya hidup yang rendah tidak akan bisa memperkuat perilaku konsumtif, begitu sebaliknya, apabila uang saku yang rendah walaupun gaya hidupnya tinggi maka tetap akan memperlemah pengaruh perilaku konsumtif karena tidak mendapatkan pendapatan yang cukup untuk membelanjakan suatu barang atau keinginannya.

## **IV. SIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Simpulan**

1. Online shop tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Temuan ini menjelaskan bahwa online shop tidak dapat mempengaruhi seseorang, jika seseorang memiliki daya tarik yang rendah dalam berbelanja online shop maka perilaku konsumtif nya juga rendah dan sebaliknya jika seseorang memiliki daya tarik yang tinggi terhadap online shop maka perilaku konsumtifnya juga tinggi.
2. Uang saku berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Temuan ini menjelaskan bahwa uang saku menjadi tolak ukur bagi siswa dalam perilaku konsumtif. Karena uang saku yang tinggi akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Namun ketika mahasiswa mengalokasikan uang sakunya secara boros sehingga lebih besar pengeluaran dari pada pemasukan atau

maka mahasiswa dikatakan memiliki perilaku konsumtif.

3. Gaya hidup sebagai pemoderasi dapat memperlemah hubungan antara online shop terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Ketika dalam menggunakan atau berbelanja online shop tinggi diikuti dengan pengendalian gaya hidup yang rendah tidak akan bisa memperkuat perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya apabila seseorang memiliki cara berbelanja di online shop yang rendah dan gaya hidupnya tinggi maka akan tetap memperlemah perilaku konsumtif karena cara berbelanja orang tersebut tidak sesuai dengan pengendalian dirinya.
4. Gaya hidup sebagai pemoderasi bisa memperlemah hubungan antara uang saku terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Santa Maria Pekanbaru. Ketika uang saku seseorang tinggi diikuti dengan gaya hidup yang rendah tidak akan bisa memperkuat perilaku konsumtif, begitu sebaliknya, apabila uang saku yang rendah walaupun gaya hidupnya tinggi maka tetap akan memperlemah pengaruh perilaku konsumtif karena tidak mendapatkan pendapatan yang cukup untuk membelanjakan suatu barang atau keinginannya.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis ingin peneliti selanjutnya menambah jumlah variabel independen lainnya yang belum tercantum pada penelitian ini, sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik dan lebih akurat. Siswa-siswi juga diharapkan mampu lebih mengoptimalkan uang saku atau pendapatan lainnya dengan cara lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan untuk gaya hidupnya, agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Fitria, E. M. (2015). *Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Shopaholic Di Samarinda*. 1(3), 117-128.
- Fitri, W., Putri, J. S., & Fadhilah, F. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang Pengguna Shopee di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 13(2), 86-95.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29.
- Harita, Y. Y., Gusnardi, & Isjoni, M. Y. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13522-13530.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1-6.
- Miftahul jannah, Gusnardi, R. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 13546-13556.
- Sari, C. A. (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Antro Unair*, 4(2), 205-216.
- Sukamto, P. (2019). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.