

Perilaku Konsumtif terhadap Belanja *Online* pada Pelajar di SMAS Arrahman Medan

Pami Jeciou Purba^{1✉}, Ahcmad Yuhdi², Febina Maharani Br Tarigan³, Windi Dwi Ningsih⁴,
Yosika Silaen⁵, Vika Maria Sagala⁶

(1,2,3,4,5,6) Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Medan

✉ Corresponding author

[\[Pamijecioupurba@gmail.com\]](mailto:Pamijecioupurba@gmail.com)

Abstrak

Sangat banyak perilaku konsumtif yang ditemukan di masyarakat, baik di seluruh Indonesia tanpa membatasi usia, maupun di kalangan remaja, yang mendorong penelitian ini. Kehidupan remaja sekarang telah mengenal gaya hidup modern. Hal ini dapat dilihat dari cara remaja mengenakan pakaian dan barang bermerek setiap hari. Remaja modern biasanya tertarik untuk membeli barang atau produk secara teratur, memilih yang terbaik dan terutama yang terbaru. Dengan munculnya globalisasi dan perubahan ekonomi, perilaku membeli remaja juga berubah. Mereka kadang-kadang membeli barang hanya untuk kesenangan daripada kebutuhan sebenarnya, menyebabkan boros. Jadi, remaja modern dikategorikan sebagai konsumtif dalam hal ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana perilaku konsumtif pelajar di SMAS Arraman Medan berkembang terkait dengan belanja online. Penelitian ini menggunakan metode survei dan wawancara untuk mengumpulkan informasi tentang tingkat konsumtif siswa di SMA Arrahman Medan dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif di kalangan pelajar SMAS Arrahman Medan cukup tinggi, terutama terkait belanja online. Mayoritas pelajar, yaitu 95%, telah mengenal belanja online, dan 65% di antaranya aktif melakukan pembelian secara online. Faktor pendorong utama perilaku konsumtif ini adalah adanya diskon, diikuti oleh keinginan untuk mengikuti tren dan promosi dari figur idola. Kebiasaan ini mengindikasikan potensi risiko bagi manajemen keuangan pelajar, yang dapat memicu masalah finansial di masa mendatang.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Belanja Online.*

Abstract

There are so many consumptive behaviors found in society, both throughout Indonesia without limiting age, as well as among adolescents, which prompted this research. The lives of teenagers are now familiar with modern lifestyles. This can be seen from the way teenagers wear branded clothes and goods every day. Modern teenagers are usually interested in buying goods or products regularly, choosing the best and especially the latest. With the advent of globalization and economic changes, teenagers' buying behavior is also changing. They sometimes buy things just for pleasure rather than actual needs, leading to extravagance. So, modern teenagers are categorized as consumptive in this regard. The purpose of this study is to investigate how the consumptive behavior of students at SMAS Arraman Medan develops in relation to online shopping. This research uses survey and interview methods to gather information about the consumptive level of students in SMA Arrahman Medan and the factors that influence their consumptive behavior. This research shows that consumer behavior among SMAS Arrahman Medan students is quite high, especially regarding online shopping. The majority of students, namely 95%, are familiar with online shopping, and 65% of them actively make purchases online. The main driving factor for this consumer behavior is discounts, followed by the desire to follow trends and promotions from idol figures. This habit indicates a potential risk for students' financial management, which could trigger financial problems in the future.

Keyword: *Consumptive Behavior, Online Shopping*

PENDAHULUAN

Munculnya era globalisasi saat ini, semua aspek kehidupan perlu mengalami perubahan dan kemajuan. Dengan pesatnya kemajuan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, tidak hanya terjadi perubahan dalam bidang pendidikan, sosial, dan ekonomi, tetapi juga gaya hidup. Perubahan sosial dalam masyarakat dan ekonomi menyebabkan gaya hidup berubah dari generasi ke generasi. Dalam perilaku konsumtif, uang digunakan secara berlebihan untuk pemborosan daripada memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Grinder (1978), dikutip oleh Rika Agustina dkk. (2020:2), perilaku konsumtif dikendalikan oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan duniawi. Hampir seluruh aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh perilaku konsumtif. Perilaku ini tidak hanya dipengaruhi oleh orang dewasa yang dikehendakinya sendiri, tetapi juga banyak dipengaruhi oleh remaja. Bahkan remaja yang tidak memiliki uang membeli barang konsumtif.

Karena usia remaja yang sedang dalam masa transisi, pelajar sering menjadi target ahli pemasaran. Tingkat konsumerisme remaja tidak mengherankan. Selain itu, remaja cenderung mudah terpengaruh oleh rayuan iklan, mudah terpengaruh oleh teman-teman mereka, dan boros dalam menggunakan uang. Remaja membelanjakan uang untuk mengikuti tren mode karena mereka tidak ingin ketinggalan jaman dan membutuhkan perhatian dari orang lain. Remaja sering bergantung pada kelompok anutan saat mereka membuat keputusan untuk membeli sesuatu. Kelompok anutan adalah orang-orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Kondisi ini membuat remaja percaya bahwa agar diterima di kelompoknya, mereka harus mengubah gaya hidup dan penampilan mereka. Teman sebaya dalam kelompok sangat penting untuk perkembangan remaja saat ini, dan dampaknya terhadap kegiatan konsumsi sangat besar. Perilaku konsumsi siswa dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua mereka. Menurut bukti empiris, tingkat rasionalitas siswa dalam berkonsumsi sebanding dengan status sosial ekonomi orang tua mereka. Menurut penelitian ini, sebagian besar siswa menunjukkan perilaku konsumsi yang tidak rasional.

Status sosial ekonomi, menurut Soekanto (dalam Melinda dkk. 2:2022), didefinisikan sebagai posisi seseorang dalam masyarakat yang berhubungan dengan orang lain dalam hal lingkungan pergaulan, prestasi, dan hak dan kewajiban yang berkaitan dengan sumber daya. Prestasi belajar ekonomi siswa dapat ditingkatkan dengan tingkat pendidikan orang tua yang baik dan pendapatan yang memadai. Sementara itu, siswa yang memiliki orang tua yang memiliki status sosial ekonomi rendah cenderung memiliki prestasi belajar ekonomi yang lebih rendah. Siswa tidak hanya membutuhkan guru yang dapat mengajar di kelas, tetapi juga sumber daya seperti buku, pensil, pena, dan yang lebih penting lagi, buku bacaan. Sebagian besar alat pelajaran harus disediakan oleh siswa sendiri. Orang tua yang tidak memiliki pendapatan yang memadai tentu tidak dapat memenuhi kebutuhan anaknya. Mahasiswa yang bersangkutan akan menghadapi bahaya yang tidak diharapkan apabila keadaan ini terjadi pada orang tua mereka.

Berikut ini adalah beberapa tinjauan pustaka yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya:

1. Pengaruh Lingkungan Sosial dan Kebutuhan Eksistensi Remaja dalam Perilaku Konsumtif Menurut Nugroho (2021), lingkungan sosial sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja, terutama ketika mereka merasa butuh untuk diterima dalam kelompoknya. Remaja cenderung mengikuti gaya hidup dan standar yang ditetapkan oleh kelompok sosialnya. Namun, penelitian ini menemukan bahwa di SMAS Arrahman Medan, faktor diskon dan akses mudah terhadap belanja online menjadi lebih dominan dalam mendorong perilaku konsumtif siswa dibandingkan dengan pengaruh lingkungan sosial.
2. Pengaruh Pendidikan Orang Tua dan Status Ekonomi dalam Perilaku Konsumtif Penelitian dari Rachman (2020) menunjukkan bahwa pendidikan orang tua dan status sosial ekonomi berperan signifikan dalam mengendalikan perilaku konsumtif remaja. Pada umumnya, remaja dengan latar belakang ekonomi tinggi lebih konsumtif, sementara yang ekonominya lebih rendah lebih cenderung rasional dalam berbelanja. Namun, penelitian di SMAS Arrahman Medan menunjukkan bahwa aksesibilitas belanja online memungkinkan remaja dari berbagai latar belakang ekonomi untuk tetap berbelanja secara konsumtif,

menunjukkan bahwa pengaruh ekonomi keluarga tidak lagi menjadi faktor dominan dalam perilaku konsumtif siswa.

3. Dampak Iklan Digital dan Media Sosial

Studi oleh Wijaya (2022) menyebutkan bahwa iklan digital dan media sosial mempengaruhi keputusan pembelian pada remaja, terutama dalam menumbuhkan keinginan untuk memiliki barang-barang yang sedang tren. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian di SMAS Arrahman Medan menyoroti bahwa bukan hanya iklan media sosial, tetapi juga strategi pemasaran seperti diskon dan promosi dari figur publik berperan besar dalam memicu perilaku konsumtif. Diskon menjadi motivator utama yang mendorong siswa untuk melakukan pembelian, bahkan tanpa pertimbangan kebutuhan.

SMAS Arrahman Medan adalah sekolah menengah yang terletak di Jl. HA Manaf Lubis No. 58 Medan, Kec. Medan Helvetia, Kel. Tj Gusta, Perta Ujung. Sekolah ini berada di wilayah yang sangat maju dan canggih. Hal ini ditandai dengan munculnya pusat hiburan yang ramai, warkop, distro, berbagai jasa dan warung yang tersedia, serta hadirnya tiga pasar yang cukup besar. Selain itu, ada mall, kafe, dan ruko di pusat kota yang banyak menjual barang bermerek yang baru. Karena sekolah berada di pinggir kota dari pusat hiburan, siswa suka berbelanja. Kemudahan membantu siswa mendapatkan barang tren yang mereka inginkan dengan cepat. berharap barang-barang tersebut mendorong mereka untuk menjadi konsumen. Siswa mencari kesenangan dalam hidup mereka melalui keinginan untuk memiliki barang yang trendi. Akibatnya, siswa tidak memperhatikan kebutuhan mereka saat membeli barang dan lebih suka mencoba hal-hal baru. Hal ini dipelopori oleh media, pusat dunia dunia, dan konformitas teman sebaya yang mengikuti tren. Penulis tertarik untuk meneliti "Perilaku Konsumtif terhadap Belanja Online Pada Pelajar SMAS Arrahman Medan" berdasarkan latar belakang dan ulasan teori di atas, yang didukung oleh fenomena sosial yang telah dipaparkan.

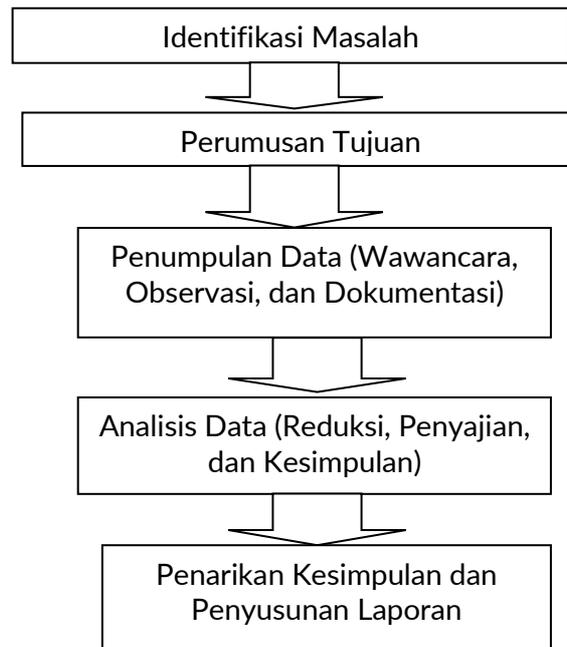
METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian deskriptif kualitatif, yang berarti menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, penelitian lapangan, dan observasi subjek (Bungin, 2010:78). Tujuan metode ini adalah untuk menggambarkan, menjelaskan, menjawab masalah yang akan diteliti secara lebih rinci dengan mempelajari objek yang diteliti sebanyak mungkin. Subjek Penelitian: Subjek penelitian ini adalah pelajar SMAS Arrahman Medan yang memiliki kebiasaan belanja online. Subjek ini dipilih karena mewakili kelompok usia remaja yang rentan terhadap perilaku konsumtif di era digital. Objek Penelitian: Objek penelitian ini adalah perilaku konsumtif terhadap belanja online yang ditunjukkan oleh para pelajar tersebut, dengan fokus pada faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif mereka, seperti diskon, tren, dan pengaruh selebriti.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Langkah-langkah analisis data meliputi:

1. Reduksi Data: Menyederhanakan, memilih, dan memfokuskan data yang relevan dari hasil wawancara, observasi, dan data lapangan.
2. Penyajian Data: Menyajikan data dalam bentuk narasi, tabel, atau diagram untuk memberikan gambaran yang mudah dipahami.
3. Penarikan Kesimpulan: Menginterpretasi dan menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan untuk menjawab masalah penelitian dan mendeskripsikan fenomena konsumtif secara mendalam.

Berikut adalah bagan desain penelitian yang menjelaskan alur penelitian ini:



Langkah-Langkah Penelitian sebagai berikut Identifikasi Masalah: Menentukan isu terkait perilaku konsumtif pada pelajar dan mengkaji latar belakang penelitian. Perumusan Tujuan Penelitian: Menetapkan tujuan utama penelitian, yaitu mendeskripsikan perilaku konsumtif pelajar SMAS Arrahman Medan dalam belanja online.

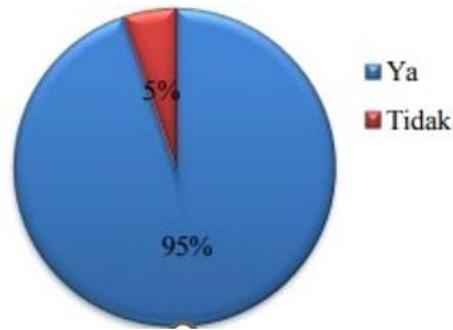
Pengumpulan Data: (1) Wawancara Mendalam: Menggali informasi tentang alasan, motivasi, dan kebiasaan konsumtif siswa terkait belanja online. (2) Observasi Partisipatif: Mengamati perilaku konsumtif siswa secara langsung dalam kehidupan sehari-hari dan interaksi mereka terkait belanja online. (3) Dokumentasi: Mengumpulkan data tambahan dari catatan sekolah atau dokumentasi yang mendukung. (4) Analisis Data: Mengelola dan menganalisis data melalui tahapan reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (5) Penarikan Kesimpulan: Merumuskan hasil akhir dari penelitian dan menyusun laporan lengkap yang menjelaskan fenomena konsumtif tersebut.

Bagan dan langkah-langkah ini memberikan gambaran menyeluruh tentang proses penelitian deskriptif kualitatif ini untuk mendeskripsikan perilaku konsumtif pelajar dalam belanja online di SMAS Arrahman Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Perilaku Konsumtif Pelajar SMAS Arrahman Medan

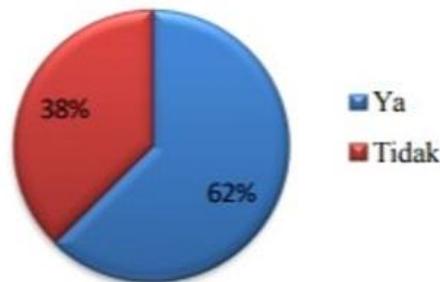
Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang terjadi pada seseorang ketika individu mempunyai keinginan untuk mengonsumsi barang secara berlebihan (Mila Mulya Sari, dkk, 2023:139). Berdasarkan hal tersebut, masyarakat sering mencapai kepuasan akhir dengan mengonsumsi barang yang bukan sekadar mencukupi kebutuhan primer, tetapi juga kebutuhan sekunder. Adapun hasil penelitian pada pelajar SMAS Arrahman Medan menunjukkan bahwa pelajar lebih banyak mengetahui tentang belanja online. Beberapa pelajar bahkan lebih sering melakukan belanja online dibandingkan dengan melakukan interaksi dan transaksi secara langsung dengan penjual. Kenyataannya, tidak banyak pelajar SMAS Arrahman Medan yang melakukan belanja online karena sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Hasil tersebut didukung oleh diagram berikut.



Gambar 1 Mengetahui Tentang Belanja Online

Persentase pelajar SMAS Arrahman Medan menunjukkan bahwa banyak pelajar yang mengetahui tentang belanja *online*. Meskipun begitu, masih ada sedikit pelajar SMAS Arrahman Medan yang mengetahui tentang belanja *online*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelajar SMAS Arrahman Medan sering melakukan belanja *online*. Hal tersebut didukung oleh 62,3% responden yang mengakui bahwa mereka sering melakukan belanja online dan sisanya tidak. Persentase ini dapat dilihat pada data berikut.



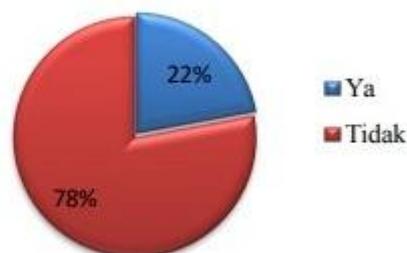
Gambar 2. Pelajar yang Sering Melakukan Belanja Online

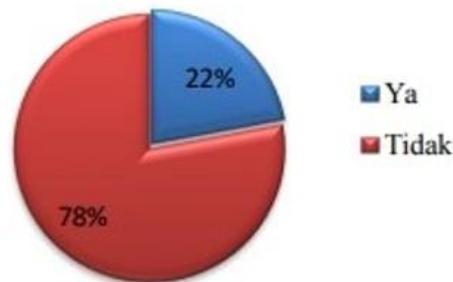
Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kondisi perilaku konsumtif pelajar SMAS Arrahman Medan yang menyukai belanja online cenderung lebih banyak. Kondisi tersebut berdampak pada manajemen keuangan pelajar karena kebiasaan belanja dapat menimbulkan masalah finansial.

Faktor yang Melatarbelakangi Perilaku Konsumtif Pelajar SMAS Arrahman Medan

Perilaku konsumtif menjadi fenomena yang semakin terlihat dalam beberapa tahun terakhir. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan dan muncul seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perubahan kehidupan sosial, dan daya hidup modern. Adapun faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumtif pada pelajar SMAS Arrahman Medan adalah pelajar membeli produk yang dipromosikan oleh artis maupun idola masing-masing. Hal tersebut didukung oleh hasil angket yang telah peneliti kumpul dan disajikan dalam bentuk diagram di bawah ini.

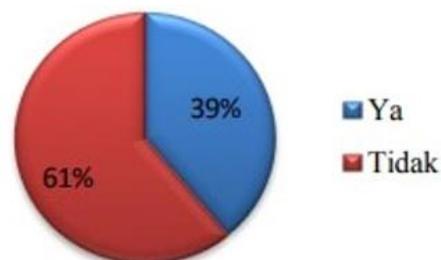
Gambar 4.3. Membeli Produk yang Dipromosikan oleh Artis





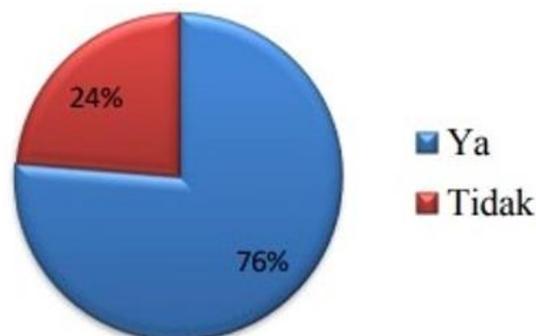
Gambar 3. Membeli produk yang dipromosikan oleh artis

Berlanjut dari hal tersebut, faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif SMAS Arrahman medan adalah karena melihat barang yang sedang *trend*. Pelajar tidak mau merasa ketinggalan zaman dan merasa keren ketika sudah mengikuti trend. Meskipun begitu, persentase yang melakukan pembelian secara *online* masih tergolong sedikit. Hal tersebut dapat dilihat pada diagram di bawah ini.



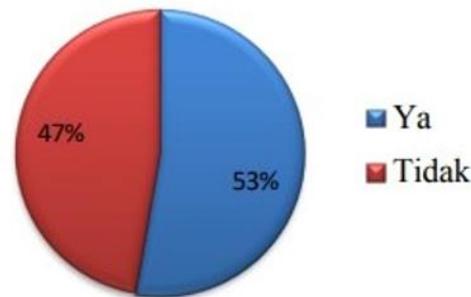
Gambar 4. Melakukan belanja online karena mengikti trend

Faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif pada pelajar SMAS Arrahman Medan adalah karena adanya diskon. Persentase pelajar yang melakukan kegiatan konsumtif karena diskon lebih besar daripada faktor lainnya. Hal tersebut dapat dilihat pada diagram di bawah ini



Gambar 5. Belanja Online Karena Diskon

Selain faktor-faktor di atas, pelajar membeli suatu produk karena bentuk dan kemasan yang menarik. Hal tersebut didukung oleh data kuantitatif di bawah ini



Gambar 6. Membeli produk karena kemasan menarik

Dapat disimpulkan bahwa 95% pelajar SMAS Arrahman Medan mengetahui tentang belanja online, dan 65% sering melakukan belanja online. Berdasarkan semua diagram di atas, faktor terbanyak yang melatarbelangi perilaku konsumtif pada pelajar SMAS Arrahman Medan adalah karena adanya diskon pada produk yang dibeli. Sebaliknya, faktor paling minim yang melatarbelangi perilaku konsumtif adalah karena membeli produk yang dipromosikan oleh artis. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa kesamaan dan perbedaan dengan temuan dari penelitian sebelumnya tentang perilaku konsumtif pelajar.

Konsistensi dengan Penelitian Sebelumnya

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini, terutama mengenai pengaruh diskon sebagai faktor dominan dalam perilaku konsumtif pelajar, konsisten dengan penelitian sebelumnya. Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa diskon memiliki daya tarik besar bagi remaja, yang sering terpicu untuk melakukan pembelian impulsif ketika melihat potongan harga atau promosi khusus, seperti yang ditunjukkan oleh Mila Mulya Sari et al. (2023). Faktor ini membuktikan bahwa diskon adalah salah satu motivator kuat di kalangan remaja untuk belanja secara online.

Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya

Namun, terdapat beberapa perbedaan penting, terutama terkait faktor-faktor lain seperti pengaruh artis/idola dan tren. Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa pengaruh selebriti dan tren memiliki pengaruh signifikan pada remaja untuk melakukan pembelian. Misalnya, penelitian oleh Rika Agustina et al. (2020) menunjukkan bahwa keinginan untuk mengikuti tren dan rekomendasi dari figur publik secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif remaja. Namun, hasil penelitian ini justru menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut kurang mendominasi, dengan pengaruh artis/idola menempati posisi terendah sebagai faktor pendorong konsumsi pelajar di SMAS Arrahman Medan.

Pengaruh Sosial Ekonomi dan Tren

Penelitian lain yang relevan, seperti yang dilaporkan oleh Melinda et al. (2022), menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua memainkan peran penting dalam kecenderungan konsumtif pelajar, karena kondisi ekonomi mempengaruhi jumlah uang saku yang diberikan pada remaja. Meski tidak diulas secara mendalam dalam penelitian ini, aspek status sosial ekonomi ini juga mungkin berdampak pada kebiasaan belanja siswa, khususnya terkait preferensi untuk diskon.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian di SMAS Arrahman Medan, perilaku konsumtif di kalangan pelajar cenderung tinggi, terutama dalam hal belanja online. Sebagian besar pelajar (95%) mengetahui tentang belanja online, dan 65% dari mereka sering melakukannya. Faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif ini adalah diskon pada produk, diikuti oleh keinginan untuk mengikuti trend dan ketertarikan terhadap promosi dari idola atau artis. Kebiasaan ini menunjukkan potensi risiko terhadap manajemen keuangan pelajar, yang dapat menimbulkan masalah finansial di kemudian hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang membantu dalam penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adingnityas, R. A., Sunaryanto, H., Nopianti, H. 2018. Perilaku Konsumtif Pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA): Studi Kasus di Restoran Siap Saji Panties Pizza, Kota Bengkulu. *Jurnal Sosiologi Nusantara*. Vol 4(1). 1-9.
- Agustina, R., M. Zainudin, & Ali Mujahidin. PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN TINGKAT PENDAPATAN ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA. *JURNAL PENDIDIKAN EDUTAMA*.
- Akbar, R. F., & Novitasari, L. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 9(1), 15–23.
- Anjani, D. S., & Purwanto, H. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA: Studi Literatur. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol 3(4), 112–121.
- Anoraga, P., & Zahra, D. R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Finansial, dan Demografi Sosial terhadap Perilaku Konsumtif. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>
- Azizah., Aswad. 2022. Pengaruh Belanja Online Pada E-commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar. *Jurnal Cendikia Ilmiah*. Vol 1(4).
- Hasanah, U., & Pratama, Y. (2023). Dampak E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 10(1), 65–72.
- Khaidarsyah, S., & Haruna, H. (2021). The Effect Of Lifestyle And SelfConcept On Consumptive Behavior In Students Of The Department Of Economics Education Stkip Pembangunan Indonesian Makassar. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 8(2), 359–368.
- Khan. 2006. *Tindak Perilaku Komsumtif Dikalangan Masyarakat*. Jakarta. CV. Media Jaya.
- Ramadhani, I., & Mulyati, R. (2020). Pengaruh Iklan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Komunikasi*, Vol 7(3), 205–213.
- Ratnasari, F., & Suharjo, P. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Promosi di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Sosial*, Vol 5(2), 100–110.
- Melinda.dkk. 2022. Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Ilmiah Society*. Vol 2(1).
- Purwakti Ratih dkk. 2023. Analisis Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online sebagai Kebutuhan ataukah Gaya Hidup. *Jurnal Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol 6(2).
- Salomon, M.R.2013. Perilaku Komsumtif Masyarakat. *Jurnal pendidikan ekonomi uin*. Vol (4).
- Sari, M. M., dkk. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa SMA Terhadap Belanja Online. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, Vol 6(1), 1–10.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence Of Lifestyle, Financial Literacy, And Social Demographics On Consumptive Behavior. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, <https://Doi.Org/10.13106/Jafeb.2021.Vol8.No2.1033>