

Analisis Faktor Eksternal dan Internal terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial

¹Ni Kadek Suryawati, ²Mahmudah Hasanah, ³Muhammad Rahmattullah,
⁴Syaripudin Bahar

^{1,2,3,4} Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

Email:

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap perilaku konsumtif. Masalah ini difokuskan pada tingginya tingkat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa yang disebabkan oleh faktor yang berasal dari luar dan dalam diri individu. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel diambil menggunakan teknik *Purposive Random Sampling* sebanyak 271 Mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi dari siswa serta referensi dari jurnal, buku, dan sumber lainnya yang relevan. Analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji parsial (uji-t), uji simultan (uji-f), dan uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menganalisis data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat persamaan regresi berganda menunjukkan bahwa $Y = 5,026 + 0,438X_1 + 0,267X_2$. Berdasarkan uji hipotesis, Sebagai hasilnya, nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000 lebih besar dari probabilitas 0,05, sehingga faktor eksternal (X_1) dan faktor internal (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial.

Kata Kunci: Faktor Eksternal, Faktor Internal, Perilaku Konsumtif

Abstract

The purpose of this study is to evaluate the influence of internal and external factors on consumptive behavior. This problem is focused on the high level of consumptive behavior among students caused by factors that come from outside and within the individual. The research method used is descriptive research with a quantitative approach. The sample was taken using the Purposive Random Sampling technique as many as 271 students of the Department of Social Sciences. The data collection method uses questionnaires, observations, and documentation from students as well as references from journals, books, and other relevant sources. Descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple regression analysis, partial test (t-test), simultaneous test (f-test), and determination coefficient test (R^2) were used to analyze the research data. The results showed that there was a multiple regression equation showing that $Y = 5.026 + 0.438X_1 + 0.267X_2$. Based on the hypothesis test, the significance value (Sig) of 0.000 is greater than the probability of 0.05, so it can be concluded that the external factor (X_1) and internal factor (X_2) have a significant and positive influence on the consumptive behavior (Y) of students of the Department of Social Sciences.

Keywords: External Factors, Internal Factors, Consumptive Behavior

Pendahuluan

Globalisasi memengaruhi semua elemen kehidupan manusia seperti ekonomi, politik, sosial, dan budaya (Pamungkas, 2017). Era globalisasi mencerminkan kemajuan dalam aspek kehidupan, dengan dampaknya yang mudah menyebar serta mempengaruhi masyarakat secara luas (Priliantini et al., 2020). Selain itu, status Indonesia sebagai negara berkembang yang terbuka terhadap kemajuan teknologi telah berubah. Dampak globalisasi ditandai oleh semakin majunya teknologi, terutama di bidang Ekonomi (Fikri, 2019). Hal ini memudahkan akses untuk mendapatkan berbagai barang dan jasa, serta menyediakan fasilitas yang lebih mudah diperoleh (Hyangsewu, 2019).

Setiap orang menjalani kehidupannya terlepas dari aktivitas ekonomi. Makan adalah salah satu cara untuk hidup. Peran konsumsi ini sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Namun, perilaku konsumtif terjadi ketika konsumsi seseorang berubah dari sekadar memenuhi kebutuhan pokok menjadi kecenderungan untuk memenuhi keinginan mereka tanpa mempertimbangkan nilai fungsionalnya (Lutfiah et al., 2022). Karena mereka belum sepenuhnya memahami manfaat dari barang tersebut, mereka berperilaku seperti itu mengedepankan gengsi yang ada pada barang tersebut (Yudiana, 2023).

Konsumerisme merupakan budaya buruk yang sangat lumrah dalam kehidupan sehari-hari dan ini terjadi di negara maju dan negara berkembang, termasuk Indonesia. Fenomena ini mempengaruhi kehidupan masyarakat. Berikut data rata-rata konsumsi masyarakat setiap bulannya. Penduduk Indonesia akan menghabiskan rata-rata Rp1,26 juta per bulan untuk konsumsi pada tahun 2021, menurut data dari Badan Pusat Statistik. Pengeluaran bulanan untuk konsumsi bahkan meningkat 22% dibandingkan dengan tahun 2017.

Rata-ratanya masih Rp1,03 juta, tetapi mulai tahun 2020 naik menjadi sekitar Rp38.905, atau 3,17%. Ini menunjukkan peningkatan biaya kebutuhan hidup selama pandemi CO2. Orang Indonesia rata-rata menghabiskan Rp622,8 juta untuk konsumsi makanan pada tahun 2021 dan Rp641,7 juta untuk konsumsi non-makanan. Penduduk perdesaan mengeluarkan jumlah uang yang lebih sedikit setiap bulan dibandingkan dengan penduduk perkotaan; penduduk perdesaan mengeluarkan rata-rata Rp971,4 ribu setiap bulan, berdasarkan wilayah tempat tinggal mereka.

Konsumsi rumah tangga, yang dicatat oleh BPS sebesar 54,42% pada 2021, sangat memengaruhi perekonomian nasional. Data tentang pengeluaran per kapita untuk kelompok komoditas bukan makanan yang dikumpulkan oleh BPS pada September 2021 mendukung kenyataan ini. Data menunjukkan bahwa uang sebagian besar dihabiskan untuk pakaian, barang, dan pesta. Data menunjukkan bahwa mayoritas orang Indonesia memiliki kecenderungan untuk konsumtif. Situasi seperti ini sebanding dengan situasi yang ada di masyarakat industri kontemporer (Aziz, 2022). Konsumen Indonesia termasuk dalam kategori pembeli rekreasional, yang berarti mereka menekankan keinginan untuk mendapatkan kesenangan pribadi daripada kebutuhan untuk membeli produk (Mizan, 2020).

Perilaku konsumen sering terlihat di kalangan remaja maupun orang dewasa. Perilaku konsumtif meliputi seluruh kelompok remaja termasuk mahasiswa (Rumondang et al., 2020). Mahasiswa merupakan salah satu segmen demografis yang paling responsif terhadap perubahan yang timbul akibat globalisasi, terutama pengelolaan keuangan dalam memenuhi kebutuhan. Apabila mahasiswa tidak dapat mengontrol perilaku mereka saat membeli barang atau jasa, mereka cenderung menjadi konsumtif dan memprioritaskan keinginan mereka daripada kebutuhan dasar mereka. Mahasiswa membeli sesuatu atau berbelanja dengan mengutamakan penampilan.

Dalam ekonomi, kata "belanja" sering digunakan. Berbelanja terlalu banyak adalah hasil dari perilaku konsumtif (Luas dkk., 2023). Seorang mahasiswa yang mengikuti tren untuk menjaga penampilannya dianggap lebih menarik. Karena belanja dapat digunakan sebagai cara untuk melepaskan penat dan stres dari aktivitas sehari-hari, konsumen rela melakukan dan mengorbankan berbagai hal untuk mendapatkannya, belanja sering dikaitkan dengan perilaku belanja. Remaja modern terjebak dalam gaya hidup konsumtif, yang memaksa mereka untuk menghabiskan uang untuk memenuhi kebutuhan mereka daripada memenuhi keinginan mereka (Yudiana, 2023);(Priyanti & Kumalasari, 2022);(Gustiawan & Satriyono, 2022).

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai ketika seseorang melakukan pembelian secara impulsif dan memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan. Pada akhirnya, konsumsi yang tidak terkendali akan berdampak pada gaya hidup dan perilaku seseorang. Agar siswa dapat memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki, prinsip-prinsip ekonomi sangat penting. Akibatnya, untuk memenuhi kebutuhan seseorang, hal ini akan memengaruhi jumlah makanan yang mereka konsumsi.

Konsumsi berfungsi sebagai alat untuk kepentingan, pemenuhan, dan pemuasan permintaan dan kebutuhan. Pola konsumsi juga telah berubah dari berfokus pada kebutuhan dasar seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal menjadi berfokus pada pengalaman seperti perjalanan, rekreasi, gastronomi, budaya, dan lain-lain (Parsaulian, Aimon, & Anis, 2013). Ketika seseorang memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan, perilaku konsumsi dapat menjadi masalah. Namun, itu tidak masalah selama keadaan keuangan yang memadai mendukung kebiasaan konsumtif (Idris, 2022).

Masalah ini diperburuk oleh perilaku konsumtif siswa dan orang dewasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi tidak mempengaruhi perilaku seseorang; misalnya, faktor eksternal dan internal mempengaruhi perilaku konsumtif siswa. Kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga adalah faktor luar yang sangat kuat dalam perilaku konsumtif. Di sisi lain, inspirasi, proses pembelajaran, karakter, ide diri, dan gaya hidup adalah komponen dalam yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Harita, Gusnardi, & Isjoni, 2022).

Gaya hidup adalah salah satu komponen yang dapat memengaruhi kecenderungan konsumen (Atmadja et al., 2020). Pola hidup seseorang dapat dilihat dari kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam interaksi dengan orang lain. Pada dasarnya, faktor internal dan eksternal memengaruhi perilaku manusia. Faktor internal berasal dari dorongan yang

diterima dari lingkungannya, seperti keluarga, sekolah, dan masyarakat. Jadi, setiap orang memiliki perilaku yang berbeda-beda karena kedua faktor tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Harita et al., 2022) mengatakan bahwa beberapa hal memengaruhi konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi yaitu media sosial dan gaya hidup. Gaya hidup, kontrol diri, promosi, lingkungan sosial, dan pembelian impulsif adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja online Gen Z di Kota Padang. Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Palembang yaitu ingin menjadi pusat tren dengan membuatnya terlihat berbeda dari yang lain dikampus, kebanggaan karena membuat dirinya percaya diri, ikut-ikutan dengan orang lain, dan menarik perhatian orang lain.

Secara ekonomis, hal ini menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya, dan secara psikologis menyebabkan rasa sombong. Dalam penelitian (Lutfiah et al., 2022) budaya adalah salah satu faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam PPAPK "konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi" di FKIP Universitas Tanjungpura di Pontianak. Gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri adalah faktor internal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif mahasiswa, baik dari segi pengaruh lingkungan sosial, media, dan teknologi (faktor eksternal) maupun aspek kepribadian, motivasi, dan kebutuhan individu (faktor internal). Manfaat penelitian ini antara lain sebagai bahan rujukan untuk pengembangan strategi pengelolaan keuangan yang lebih efektif di kalangan mahasiswa, serta memberikan rekomendasi bagi institusi pendidikan dalam merancang program edukasi yang dapat mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini diklasifikasikan sebagai penelitian deskriptif karena memberikan penjelasan numerik tentang komponen yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Uji-t, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$), menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel bebas eksternal dan internal terhadap variabel terikat, perilaku konsumtif. Hasil Uji Parsial (UJI T) dapat diperoleh dengan melihat dibawah ini

Pengaruh faktor eksternal (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Tabel 1. Hasil Uji- t Faktor eksternal terhadap Perilaku Konsumtif

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	20.071	2.998			6.695	.000
Faktor Eksternal	.518	.071	.408		7.328	.000

Sumber: Diolah oleh Peneliti berdasarkan SPSS (2024)

Dari tabel di atas, menemukan bahwa nilai sig adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $7,382 > 1,650$ t-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh antara faktor eksternal (X1) dan perilaku konsumtif (Y).

Pengaruh & Faktor Internal (X2) terhadap Perilaku&Konsumtif (Y)

Tabel 2. Hasil Uji- t Faktor Internal terhadap Perilaku Konsumtif

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	17.177	4.176			4.113	.000
Faktor Internal	.357	.060	.340		5.930	.000

Sumber: Diolah oleh Peneliti Berdasarkan SPSS (2024)

Hasil Tabel diatas, menyatakan bahwa hasil signifikan yaitu $0,000 < 0,05$, dan untuk nilai t-hitung sebesar $5,930 > 1,650$ t-tabel. Artinya H2 diterima, menunjukkan bahwa ada pengaruh antara faktor eksternal (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y).

Pembahasan

Akan ada diskusi yang menjelaskan hasil penelitian dan bagaimana masing-masing variabel mempengaruhi variabel lainnya berdasarkan hasil analisis di atas. Variabel independen penelitian ini adalah faktor eksternal (X1) dan faktor internal (X2), dan variabel dependennya adalah perilaku konsumtif (Y). Hipotesis antara variabel independen dan variabel dependen diuji dengan menggunakan hasil analisis SPSS 22. Selain itu, hipotesis berikut akan dibahas:

Pengaruh faktor eksternal terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial

Hasil pengujian secara parsial (Uji t) ini menunjukkan kontribusi 16%. Dengan demikian faktor yang muncul dari luar diri individu yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga berperan penting dalam mempengaruhi cara seseorang dalam memandang, memilih, dan mengonsumsi barang /jasa secara berlebihan sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Dengan munculnya dorongan dari luar diri individu membawa dampak terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kholifatun Anisa (2023), yang menyatakan bahwa dalam hal ini faktor budaya mencakup (budaya dan kelas sosial) sedangkan faktor sosial mencakup (keluarga dan kelompok acuan). Terjadinya perilaku konsumtif karena pengaruh faktor eksternal yaitu kebudayaan dan kelompok referensi

(Lutfiah et al, 2019). Subagio (2019) mendukung temuan penelitian ini bahwa lingkungan sosial, termasuk kelompok anutan dan keluarga, berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif di mana kelompok anutan dan keluarga merupakan faktor luar.

Pengaruh Faktor Internal (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial

Hasil (Uji t) memiliki pengaruh positif dan signifikan sehingga faktor internal yang memiliki asal dalam diri seseorang, yaitu motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian, dan konsep diri, berperan besar dalam mempengaruhi cara seseorang melihat, memilih, dan mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang menyebabkan perilaku konsumtif. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi preferensi keputusan seseorang, pola konsumsi mereka, dan seenggala waktu yang mereka habiskan untuk membeli barang dan jasa.

Sejalan dengan penelitian Sunita Sari (2018) menyatakan bahwa faktor pribadi merupakan faktor yang paling mendominasi dalam pembentukan perilaku konsumtif remaja dengan persentase 74% sedangkan faktor psikologis mempengaruhi perilaku konsumtif dengan persentase 66 %. Faktor perilaku konsumtif, yang berasal dari individu dalam pada produk fashion, yaitu pakaian (Idris, 2022). Studi Ulfatihar Rosakusuma (2020) menemukan bahwa faktor internal sangat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa terhadap tren fashion. Menurut Kholifatun Anisa (2023) faktor pribadi dan psikologis memengaruhi perilaku konsumtif Gen Z di Banyumas dalam berbelanja online.

Pengaruh Faktor Eksternal (X1) dan Faktor Internal (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menurut hasil uji simultan, mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat mengalami pengaruh yang positif dan signifikan dari faktor internal dan eksternal terhadap perilaku konsumtif mereka (Uji f). Hal ini menunjukkan kontribusi pengaruh sebesar 22%. Oleh karena itu, perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Baik faktor internal maupun eksternal mendorong perilaku konsumtif. Faktor internal dan eksternal mempengaruhi perilaku konsumtif secara bersamaan. Faktor internal termasuk motivasi, harga diri, kepribadian, observasi, proses belajar, dan konsep diri; budaya, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

Menurut penelitian Mia Estetika (2017), ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa perempuan di kelas XII IPS. Menurut penelitian Hasna Desta Anggraini (2024), faktor eksternal dan internal menentukan perilaku konsumtif, sedangkan konsep diri adalah faktor internal yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif kelompok referensi. Menurut penelitian Kholifatun Anisa (2023), uji f hitung lebih besar dari f tabel dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$

menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik faktor internal maupun eksternal memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP ULM. Berdasarkan data, faktor eksternal tergolong sedang dengan 168 mahasiswa (62%), dan faktor internal juga tergolong sedang dengan 190 mahasiswa (70,1%). Sebanyak 166 mahasiswa memiliki perilaku konsumtif sedang dengan persentase 61,3%. Pengaruh faktor eksternal (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) terbukti signifikan dengan nilai t-hitung 7,382 dan koefisien determinasi 16,6%, sementara faktor internal (X2) juga berpengaruh signifikan dengan t-hitung 5,930 dan koefisien determinasi 16%. Gabungan pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap perilaku konsumtif menunjukkan nilai signifikan dengan f-hitung 39,367 dan koefisien determinasi 22,7%, membuktikan bahwa kedua faktor ini berkontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

BIBLIOGRAFI

- Atmadja, Taufiq Firdaus Al Ghifari, Yuniarto, Andi Eka, Yuliantini, Emy, Haya, Miratul, Faridi, Ahmad, & Suryana, Suryana. (2020). Gambaran sikap dan gaya hidup sehat masyarakat Indonesia selama pandemi Covid-19. *Aceh Nutrition Journal*, 5(2), 195–202.
- Aziz, Asep Rifqi Abdul. (2022). Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia Dalam Perspektif Herbert Marcuse. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, Dan Masyarakat*, 5(2), 1–18. <https://doi.org/10.53977/sd.v5i2.725>
- Fikri, Ali. (2019). Pengaruh Globalisasi dan Era Disrupsi terhadap Pendidikan dan Nilai-Nilai Keislaman. *Sukma: Jurnal Pendidikan*, 3(1), 117–136.
- Gustiawan, Wahyu Dede, & Satriyono, Gandung. (2022). Gaya hidup konsumen coffee shop di wilayah Kota Kediri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(2), 477–487.
- Harita, Yeni Yanti, Gusnardi, & Isjoni, M. Yogi Riyantama. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13522–13530.
- Hyangsewu, Pandu. (2019). Tantangan dan Antisipasi Pendidikan Agama Islam di Tengah Arus Globalisasi. *Jurnal Kajian Peradaban Islam*, 2(2), 1–5. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47076/jkps.v2i2.27>
- Idris, Dany Luqyana. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Uin Mataram Pada Trend Fashion (Pakaian). *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(6), 638–647. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i6.114>
- Luas, Gracela Natasha, Irawan, Spto, & Windrawanto, Yustinus. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- Lutfiah, Lutfiah, Basri, Muhammad, & Kuswanti, Heni. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>

- Mizan, Akmalul. (2020). *Perilaku konsumtif mahasiswa fisip universitas airlangga dalam membeli produk fashion melalui online shop*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Pamungkas, Cahyo. (2017). Global village dan Globalisasi dalam Konteks ke-Indonesiaan. *Jurnal Global & Strategis*, 9(2), 245.
- Parsaulian, Baginda, Aimon, Hasdi, & Anis, Ali. (2013). Analisis konsumsi masyarakat di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi*, 1(2).
- Priliantini, Anjang, Bioka, Adelwys, Faishal, Alief, Rahma, Alya, Suci, Evita, Poernama, Gabriella, Arif, Muhammad, Nur, Nidea, & Chalida, Maudy. (2020). Eksistensi Budaya 'Srawung' di Tengah Globalisasi. *Cakra Wisata*, 21(2).
- Priyanti, Widya Gusti, & Kumalasari, Luluk Dwi. (2022). GAYA HIDUP NONGKRONG MAHASISWA DI MALANG: Studi Pengunjung Kedai Kopi OR Traffic Sengkaling, Kabupaten Malang. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 8(2), 265–278.
- Rumondang, Astri, Sudirman, Acai, Sitorus, Samsider, Kusuma, Aditya Halim Perdana, Manuhutu, Melda, Sudarso, Andriasan, Simarmata, Janner, Hasdiana, Dian, Tasnim, Tasnim, & Arif, Nina Fapari. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Yudiana, Alifah Arum. (2023). Pengaruh Penggunaan Qris, Pendapatan, Tabungan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Contemporary Studies in Economic, Finance, and Banking*, 2(4), 739–746.

Copyright holder:

Ni Kadek Suryawati, Mahmudah Hasanah, Muhammad Rahmattullah, Syaripudin Bahar (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

