

HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *E-WALLET* PADA SISWA SMA 'X'

Tsaabita Aaqila Nur Hasyim¹, Endah Mujiasih¹

¹Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro
Jalan Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275
tsabitanh@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan *e-wallet* yang semakin populer di kalangan siswa SMA memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara instan. Namun, kemudahan ini berpotensi mendorong gaya hidup hedonis, di mana siswa lebih mudah tergoda untuk membeli barang demi kesenangan tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada siswa SMA 'X'. Populasi pada penelitian ini sebanyak 327 siswa yang memenuhi kriteria. Sampel pada penelitian 180 siswa yang dipilih menggunakan teknik sampling *cluster random sampling*. Alat ukur yang digunakan yaitu skala gaya hidup hedonis (25 aitem, $\alpha = 0.865$) dan skala perilaku konsumtif (26 aitem, $\alpha = 0.886$). Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada siswa SMA 'X'. ($R = 0.566$, $F = 83.896$, $p < 0.001$). Gaya hidup hedonis memberikan sumbangan efektif sebesar 32 % ($R^2 = 0.32$) terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada siswa SMA 'X'.

Kata kunci: gaya hidup hedonis; perilaku konsumtif; *e-wallet*; siswa SMA

THE RELATIONSHIP BETWEEN HEDONIST LIFESTYLE AND CONSUMER BEHAVIOR OF E-WALLET USERS AMONG HIGH SCHOOL 'X' STUDENTS

Tsaabita Aaqila Nur Hasyim¹, Endah Mujiasih¹

¹Faculty of Psychology, Diponegoro University
Prof. Mr. Sunario Street, Tembalang, Semarang, 50275
tsabitanh@gmail.com

ABSTRACT

The increasingly popular use of e-wallets among high school students provides convenience in instant transactions. However, this convenience has the potential to encourage a hedonistic lifestyle, where students are more easily tempted to buy goods for pleasure without considering their needs. This study aims to determine the relationship between a hedonistic lifestyle and the consumptive behavior of e-wallet users among high school students 'X'. The population in this study was 327 students who met the criteria. The sample in this study was 180 students selected using cluster random sampling technique. The measuring instruments used were the hedonic lifestyle scale (25 items, $\alpha = 0.865$) and the consumptive behavior scale (26 items, $\alpha = 0.886$). The data analysis technique used simple regression analysis. The results of the study showed a significant positive relationship between the hedonic lifestyle and the consumptive behavior of e-wallet users among high school students 'X'. ($R = 0.566$, $F = 83.896$, $p < 0.001$). The hedonic lifestyle provides an effective contribution of 32% ($R^2 = 0.32$) to the consumer behavior of e-wallet users among high school students 'X'.

Keywords: hedonistic lifestyle; consumer behavior; e-wallet; high school students

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan metode pembayaran non tunai kini menghadirkan inovasi baru berupa pembayaran elektronik atau yang dikenal dengan *e-wallet*, penggunaan dompet elektronik telah menjadi solusi praktis bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas transaksi sehari-hari. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 18/40/PBI/2016 mengenai tata cara pemrosesan transaksi pembayaran, layanan ini diartikan sebagai sistem digital yang dirancang untuk menyimpan instrumen pembayaran, termasuk uang elektronik yang terintegrasi melalui *server* atau aplikasi. Layanan ini ditujukan untuk penyimpanan dana dan pelaksanaan transaksi pembayaran. (Bank Indonesia, 2016).

E-Wallet dinilai sebagai bentuk alternatif dalam metode sebagai proses pembayaran dengan basis *Financial Technology (Fintech)* secara *online*. *E-Wallet* memudahkan pengguna dalam mengirimkan atau menerima uang secara praktis dan efisien, baik melalui penulisan nomor telepon tujuan maupun dengan memindai kode QR (*Quick Response*) atau *barcode* menggunakan *smartphone* untuk media transaksi. Di Indonesia, terdapat beragam *platform* dompet digital seperti DANA, *Shopeepay*, OVO, *Gopay*, LinkAja, serta lainnya. Saat ini sebagian besar aktivitas perkeekonomian telah beralih ke mode uang elektronik sebagai metode pembayaran. Kepraktisan serta efisiensi yang ditawarkan oleh sistem pembayaran *e-wallet* menjadi pendorong utama meningkatnya transaksi secara daring, khususnya di kalangan remaja yang tercatat sebagai pengguna utama uang elektronik (Wawo dkk., 2023).

Kemunculan sistem transaksi pembayaran digital memanfaatkan dompet elektronik telah mempermudah masyarakat, khususnya kalangan remaja dalam memperoleh kebutuhan sehari-hari. Remaja, sebagai kelompok yang menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi,

cenderung memilih menggunakan metode transaksi non-tunai menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran yang praktis dan modern. Pemanfaatan internet sebagai media transaksi membawa dampak yang bersifat dualistik, yakni positif dan negatif. Di satu sisi, internet memungkinkan berbagai kebutuhan dan transaksi dapat dilakukan secara lebih mudah, praktis, dan efisien. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut juga berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif di kalangan pengguna (Hidayatullah dkk., 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2016), secara psikologis individu cenderung lebih mudah mengeluarkan uang berbentuk non-tunai dibandingkan uang tunai. Hasil riset Nawawi (2020) penggunaan *e-wallet* tidak hanya memberikan rasa nyaman bagi pengguna, tetapi juga memberikan fleksibilitas bagi pengguna melakukan pembayaran kapan pun dan dimana pun, asalkan terhubung dengan jaringan internet. Merujuk pada hasil penelitian Insana dan Johan (2020) penggunaan uang elektronik berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif remaja, yang menjadikan pengeluaran remaja terus mengalami peningkatan. Kemudahan dan efisiensi dalam penggunaan uang elektronik menjadi faktor yang mendorong perilaku konsumtif tersebut, sebagaimana juga dijelaskan oleh (Rahmawati & Murtanto, 2023) yang menegaskan pengaruh positif uang elektronik terhadap kecenderungan konsumtif remaja.

Dengan adanya kemudahan tersebut, remaja tidak hanya membeli produk atau jasa yang diperlukan untuk memenuhi keperluan mereka, tetapi juga cenderung membeli produk dan jasa yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan hanya untuk memenuhi keinginannya (Insana & Johan, 2020). Fenomena perilaku konsumtif pada remaja ditandai oleh kecenderungan untuk menginginkan segala sesuatu secara instan tanpa mempertimbangkan perencanaan keuangan yang matang. Kondisi ini berpotensi mendorong terbentuknya pola konsumsi yang tidak sehat dan dapat memberikan dampak merugikan bagi individu di masa yang akan datang. Remaja sering dianggap sebagai target oleh para ahli pemasaran karena mereka cenderung mudah terpengaruh oleh iklan, suka mengikuti teman, serta lebih memperhatikan faktor gengsi saat

melakukan pembelian produk yang bermerk atau barang yang sedang menjadi tren di lingkungan mereka (Kurniawan, 2017)

Menurut Yuniarti (2015), perilaku konsumtif dinilai sebagai kebiasaan mengonsumsi produk yang sebenarnya kurang dibutuhkan dalam jumlah yang berlebihan dengan tujuan memenuhi kebutuhan yang melebihi batas wajar, tanpa memperhatikan nilai dan kegunaan barang tersebut. Istilah konsumtif mengacu pada sikap boros dan berlebihan dalam mengonsumsi barang dan jasa. Perilaku ini ditandai oleh pola hidup yang dikendalikan oleh dorongan kesenangan dan keinginan semata, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pemborosan biaya (Wahyuni dkk., 2019).

Anggota Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Friderica Widyasari Dewi mengatakan, anak muda saat ini lebih banyak pengeluaran ketimbang pemasukan (Kompas, 2025). Kemudian, berdasarkan riset yang dipublikasikan oleh Katadata.co.id, diketahui bahwa kebutuhan remaja yang paling banyak dialokasikan adalah untuk belanja komunikasi, bahan makanan, dan bahan bakar. Selanjutnya diikuti oleh pengeluaran untuk kebutuhan *fashion* dan aksesoris, hobi dan hiburan, liburan, serta berbagai kebutuhan lainnya (Data, 2021). Transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2024 diperkirakan mencapai angka yang fantastis, yakni sebesar 450 triliun rupiah yang mana meningkat 7,3% dari tahun 2023. Fakta ini menunjukkan seberapa besar tingkat konsumerisme di Indonesia saat ini. Di era saat ini, kegiatan belanja tidak hanya dilakukan atas dasar "butuh," melainkan juga "mau." Hal ini menciptakan sebuah fenomena, yaitu konsumerisme (Kompas, 2024)

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua jenis faktor yang memengaruhi yaitu faktor dalam diri dan faktor diluar diri. Faktor di luar diri mencakup unsur budaya, status sosial, kelompok rujukan, keluarga, serta kondisi demografi. Sementara itu, faktor dalam diri meliputi motivasi, harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan

konsep diri, serta gaya hidup. Kemudian, Hawkins dkk (2017) mengemukakan bahwa gaya hidup individu berperan dalam membentuk kebutuhan, keinginan serta perilaku yang berkaitan dengan pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil riset Kurniawan (2017) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif remaja. Pertama, individu memiliki keinginan untuk tampil beda dari yang lain, dengan cara memiliki barang yang langka atau eksklusif, tentunya dengan harga sangat mahal. Kedua, remaja ingin memperoleh rasa bangga terhadap penampilannya, sehingga mereka merasa lebih percaya diri ketika memiliki barang berharga mahal. Ketiga, ikut-ikutan *trend*, mereka akan membeli apapun barang yang tengah menjadi *trend*. Keempat, dorongan untuk menarik perhatian dari orang lain, mendorong memiliki barang yang *up to date*. Faktor-faktor perilaku konsumtif tersebut dapat menimbulkan dampak negatif berupa pola hidup yang boros, karena mereka cenderung membeli barang berdasarkan keinginan tanpa mempertimbangkan prioritas kebutuhan maupun harga barang tersebut.

Bagi kalangan remaja, mengikuti tren sering kali dipandang sebagai bentuk penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial yang mereka dambakan. Contohnya, banyak remaja berupaya menampilkan citra diri yang menarik di hadapan orang lain demi memperoleh penerimaan dari teman sebaya (Felicia dkk., 2014). Namun di sisi lain, mayoritas dari mereka masih belum memiliki sumber penghasilan sendiri dan tetap bergantung pada dukungan finansial dari orang tua. Kondisi ini sering kali disertai dengan kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak. Kebiasaan hidup yang tinggi dan membeli yang tidak terkontrol dapat menyebabkan peningkatan dalam pengeluaran keuangan remaja (Saputra, 2017).

Menurut pendapat Effendi (2016), perilaku konsumtif remaja khususnya siswa apabila dibiarkan akan menimbulkan permasalahan baik dalam aspek individu maupun sosial. Siswa cenderung lebih memprioritaskan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan dasar, yang

berdampak pada ketidakmampuan dalam mengelola uang saku secara bijak. Hal ini dapat menyebabkan permasalahan keuangan serta kurangnya keterampilan dalam manajemen keuangan pribadi di masa depan (Dewi & Rochmawati, 2020). Selain itu, perilaku konsumtif juga berpotensi menimbulkan kecemburuan sosial atau kesenjangan sosial, terutama ketika siswa mulai membandingkan barang-barang yang mereka miliki dengan teman sebayanya. Kondisi tersebut dapat memunculkan perasaan tidak puas, rendah diri, bahkan diskriminasi dalam lingkungan pergaulan. Tekanan sosial juga menjadi faktor yang mendorong siswa untuk terus mengikuti tren, membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan semata-mata demi menjaga citra sosial dan agar tetap diterima dalam kelompok (Kurniawan & Azib, 2022). Dalam konteks pendidikan, perilaku konsumtif dapat mengganggu fokus belajar siswa. Siswa yang terlalu sibuk dengan keinginan material, waktu dan energinya yang seharusnya digunakan untuk meningkatkan prestasi akademik, teralihkan pada pemenuhan keinginan, yang bisa berdampak negatif pada prestasi akademik siswa (Purba, 2024).

Permasalahan perilaku konsumtif tersebut jika tidak segera diatasi dapat berdampak juga pada terganggunya aspek ekonomi, psikologis, dan sosial. Dari sisi ekonomi, remaja yang terbiasa mempertahankan perilaku konsumtif, cenderung mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan secara bijak. Secara psikologis, mereka dapat mengalami tekanan ketika keinginan mereka tidak terpenuhi. Sementara itu, pada aspek sosial, remaja cenderung terus mengejar tren yang sedang populer dan mereka gemari, sehingga sulit bagi mereka untuk mengekspresikan jati diri. Masalah lain yang kemungkinan timbul yaitu apabila keadaan keuangan tidak terpenuhi, remaja akan melakukan berbagai upaya demi memperoleh barang yang mereka inginkan, bahkan tak segan menempuh cara-cara yang tidak etis, contohnya dengan mencuri serta akan menimbulkan masalah keuangan jangka panjang seperti hutang, penggunaan pinjaman *online*, dan layanan *paylater* (Jafar dkk., 2023).

Perilaku konsumtif tercermin dari kebiasaan gaya hidup yang cenderung mewah dan berlebihan. Gaya hidup yang tinggi seringkali mendorong individu melakukan pembelian sebagai sarana untuk memperoleh kesenangan dan kepuasan emosional. Membeli barang mewah dan mengikuti tren terkini menjadi upaya untuk memenuhi kebutuhan psikologis mereka akan pengakuan dan status sosial remaja (Sarlina, 2016). Belakangan ini kegiatan konsumtif di kalangan remaja tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan fungsi dari barang, melainkan juga dipengaruhi oleh dorongan emosional dan keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi. Hal ini ditandai dengan penggunaan berbagai barang yang dianggap bernilai tinggi dengan tujuan utama memperoleh kepuasan serta kenyamanan fisik secara optimal. Lebih lanjut, pola hidup ini didorong oleh motivasi internal untuk memenuhi hasrat keinginan akan kesenangan (Fitria, 2015).

Hasil penelitian Yahya (2021) mengungkapkan gaya hidup hedonis turut berperan terhadap munculnya perilaku konsumtif remaja. Gaya hidup hedonis sendiri menggambarkan pola hidup seseorang meyakini bahwa kesenangan hidup dapat dicapai melalui kemewahan dan pencarian kenikmatan sebanyak mungkin. Sejalan dengan temuan tersebut, Haryana (2020) juga menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan remaja. Remaja lebih memprioritaskan perilaku konsumtif dibandingkan dengan memenuhi kebutuhan primer mereka (Melina & Wulandari, 2018). Individu yang menerapkan gaya hidup hedonis biasanya menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif (Yahya, 2021). Selain itu, Haryono (2014) menemukan bahwa korelasi positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja, di mana bahwa gaya hidup seseorang berpengaruh terhadap kebutuhan, keinginan, dan pola belanjanya.

Saat ini, remaja memiliki pandangan mengenai gaya hidup yang didasarkan pada prinsip “*you only live once*” atau sering disingkat YOLO yang menekankan pentingnya menikmati kehidupan saat ini, tanpa mengkhawatirkan hidup di masa depan (Laturette dkk., 2021).

Pandangan semacam ini digunakan mereka untuk meredam keraguan saat ingin mencoba sesuatu yang sejatinya tidak benar-benar mereka perlukan (Zahrotunnisa dkk., 2024). Modernisasi memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup remaja, dimana mereka cenderung mengikuti perkembangan tren dan kebiasaan yang sedang populer. Salah satu pola gaya hidup yang umum ditemui adalah kecenderungan remaja untuk menghabiskan waktu mengobrol di *café*, berbelanja di mall atau melalui platform *e-commerce*, serta membeli barang tanpa didasari oleh kebutuhan yang sebenarnya. Kebiasaan ini kemudian berdampak pada gaya hidup remaja yang relatif tinggi, termasuk dalam pemenuhan kebutuhan dasar, serta menimbulkan rasa gengsi dan kekhawatiran akan tertinggal tren yang sedang berkembang (Fungky dkk., 2021).

Remaja yang menerapkan gaya hidup hedonis akan memprioritaskan kesenangan dan kepuasan pribadi dalam kehidupan sehari-hari. Paparan media sosial dan iklan yang menampilkan gaya hidup mewah dapat menciptakan ekspektasi serta standar baru mengenai kebahagiaan, sehingga mendorong individu untuk berbelanja demi memenuhi ekspektasi dan kesenangan, bukan kebutuhan (Jennyya dkk., 2021). Selain itu, pola asuh keluarga yang memprioritaskan kesenangan atau kebiasaan yang mengedepankan materialisme juga dapat menjadi faktor penyebab hedonisme seseorang (Aghesty, 2018).

Mereka cenderung mencari pengalaman yang dapat memberikan kesenangan baik dalam menghabiskan waktu maupun dalam mengonsumsi barang (Sarlina, 2016). Mereka lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dasar, sehingga cenderung mengambil keputusan pembelian secara impulsif tanpa pertimbangan yang matang. Kondisi ini berpotensi menyebabkan peningkatan pengeluaran yang semakin banyak dan boros. (Jennyya dkk., 2021). Hal tersebut disebabkan oleh ketidakmampuan untuk memenuhi keinginannya, sehingga mereka melakukan segala cara untuk mendapatkan uang, dengan fokus pada pemuasan kesenangan jangka pendek (Jennyya dkk., 2021).

Berdasarkan penggalan data awal yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada siswa, ditemukan sebanyak (56%) atau 18 dari 32 siswa, aktif menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas sehari-hari. Penggunaan *e-wallet* paling dominan ditujukan untuk pembelian makanan ringan, belanja daring melalui *e-commerce*, pembayaran transportasi, pembelian kuota internet, serta transaksi dengan metode QRIS. Kemudahan penggunaan *e-wallet* dirasakan oleh sebagian besar siswa, sebanyak (85%) responden merasa bahwa *e-wallet* membuat mereka cenderung lebih boros, meskipun di sisi lain dinilai praktis dan mudah digunakan. Berkaitan dengan perilaku konsumtif, sebanyak (55%) siswa mengaku sering membeli barang secara spontan, seperti barang lucu, *make-up*, produk diskon, atau *checkout* barang di *e-commerce* tanpa perencanaan matang. Perilaku konsumtif siswa sebanyak 55% tersebut disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor tren dan pengaruh lingkungan sosial seperti teman dan media sosial cukup dominan, di mana sebanyak (78%) siswa mengaku membeli barang karena pengaruh tren, rekomendasi teman, atau konten media sosial. Kelompok teman sebaya akan mampu meningkatkan perilaku konsumtif siswa, semakin tinggi tingkat kedekatan kelompok teman sebaya, akan semakin besar pengaruhnya, hal ini dikarenakan setiap anggota kelompok akan memengaruhi apa yang dilakukan oleh anggota kelompok lainnya (Wahyudi & Rochmawati, 2020). Ditambahkan Faisal (2023) menyatakan media sosial berhubungan erat dengan kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif, terutama ketika mereka terpapar konten promosi dari *influencer* dan iklan digital. Memilih produk yang bermerk terkenal dapat memengaruhi tingkat gengsi individu, dan tidak hanya membeli satu merek melainkan membeli berbagai macam merek lainnya (Kairupan & Suoth, 2024) Selain itu, sebanyak (69%) siswa menyatakan sering menghabiskan waktu di luar rumah, seperti ke café, pusat perbelanjaan, atau tempat nongkrong.

Dalam persepektif *theory of reasoned action* yang dikemukakan oleh Fishbein & Ajzen (1975), perilaku individu dipengaruhi oleh niat untuk bertindak, yang terbentuk dari dua faktor

utama, yakni sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Gaya hidup hedonis membentuk sikap positif terhadap konsumsi, karena konsumsi dipandang sebagai sarana memperoleh kesenangan. Selain itu norma subjektif seperti pengaruh teman sebaya dan tren sosial memperkuat dorongan tersebut. Keterkaitan keduanya mendorong munculnya niat konsumtif, yang kemudian terwujud dalam perilaku konsumtif secara nyata (Annisa dkk., 2023).

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini mengangkat sebuah permasalahan perilaku konsumtif yang khususnya terjadi di kalangan remaja. Pada penelitian sebelumnya, peneliti lain membahas pada subjek mahasiswa, namun belum banyak yang membahas perilaku konsumtif di kalangan remaja siswa SMA. Tidak menutup kemungkinan jika kalangan siswa SMA juga memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh gaya hidup. Dengan demikian, peneliti melakukan penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Wallet* Pada Siswa SMA “X”.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada siswa SMA ‘X’?”.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi atau hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada siswa SMA ‘X’.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan terhadap perkembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi industri dan organisasi serta psikologi pemasaran. Selain itu temuan ini turut memperdalam pemahaman mengenai hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, khususnya pada remaja pengguna *e-wallet*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi subjek penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran siswa yang menggunakan *e-wallet* mengenai dampak gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan perilaku konsumtif. Dengan pemahaman yang baik mengenai keterkaitan ini, diharapkan remaja dapat menjadi lebih bijak dalam mengelola keuangan, mengurangi pengeluaran yang tidak perlu, dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat tema serupa tentang gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dan sumber informasi yang bermanfaat.