



PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP PERILAKU KONSUMSI SISWA SMK MUHAMMADIYAH 2 PEKANBARU

Fendi Ahmad¹, Caska², Rr. Sri Kartikowati³

^{1,2}Universitas Riau

³Universitas Negeri Jakarta

tikowati@unj.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze consumption behavior, which is influenced by economic literacy and reference groups, either partially or simultaneously. Population of the study was all students at Vocational High School of Muhammadiyah 2 Pekanbaru. By using proportional random sampling techniques, 205 students were gathered as respondents. Data was obtained using questionnaire and test techniques. The research variable data was analyzed descriptively and then the relationship between variables was analyzed using multiple linear regression analysis techniques with the SPSS assisted. The results of this study show that students' consumption behavior is partially influenced by economic literacy and reference groups, respectively by 0.328 and 0.522; Meanwhile, simultaneously, students' consumption behavior is equally influenced by 0.525 by these two influencing variables. At a significance level of 5%, the consumption behavior of students, SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru, is significantly influenced by economic literacy and reference groups.*

Keywords: *Economic Literacy, Reference Group, Consumption Behavior*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan kelompok referensi, baik secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian adalah seluruh siswa siswa Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru; dan dengan menggunakan teknik *proposional random sampling* dihasilkan sebanyak 205 siswa sebagai responden. Data diperoleh dengan menggunakan teknik angket dan test. Data variable penelitian dianalisis secara dekriptif dan selanjutnya keterhubungan antar variable dianalisis dengan teknik analisis regresi lenier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial perilaku konsumsi siswa dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan kelompok referensi, masing-masing sebesar 0,328 dan 0,522; sedangkan secara simultan perilaku konsumsi siswa sama-sama dipengaruhi sebesar 0,525 oleh dua variable pengaruh tersebut. Pada taraf signifikansi 5%, perilaku konsumsi siswa, SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru, dipengaruhi secara signifikan oleh literasi ekonomi dan kelompok referensi.

Kata kunci: Literasi Ekonomi, Kelompok Referensi, Perilaku Konsumsi.

PENDAHULUAN

Penggunaan barang dan jasa oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dalam ilmu ekonomi dinamakan kegiatan konsumsi. Menurut Alifiana, N. R. (2017) perilaku konsumen adalah studi yang meliputi proses ketika individu atau kelompok tertentu membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan hasrat. Salah satu lapisan konsumen dalam kegiatan konsumsi adalah siswa. dalam kegiatan konsumsi, siswa selalu dihadapkan pada berbagai macam pilihan produk baik dari bentuk, jenis, sifat, dan waktu pemenuhan kebutuhan itu sendiri.

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah penggunaan barang-barang dan jasa-jasa secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Konsumen dihadapkan dengan pemenuhan kebutuhan yang beraneka ragam baik bentuk, jenis, sifat dan waktu kebutuhan tersebut. Upaya yang dilakukan oleh konsumen tersebut lazim disebut dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Perilaku konsumsi merupakan perilaku dari konsumen dalam pemenuhan kebutuhan yaitu dengan menghabiskan dan menggunakan barang dan jasa dalam kehidupan sehari-harinya. Konsumen membeli sejumlah barang dan jasa untuk dikonsumsi. Jika konsumen memiliki kebutuhan yang banyak tentunya kegiatan konsumsi yang dilakukan juga semakin sering. Setiap konsumen akan berbeda-beda pola konsumsi yang dilakukannya, hal ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor karena setiap konsumen amat beranekaragam.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini perilaku konsumsi merupakan perilaku konsumen dalam mengalokasikan anggaran untuk membeli dan menghabiskan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Kemudian yang dimaksud dengan konsumen disini adalah siswa-siswi di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru. Perilaku konsumsi siswa yang baik akan terlihat dari pengalokasikan pendapatan yang diterima sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan.

Namun kenyataannya kerap dijumpai siswa yang belum mampu mengelola uang yang diberikan orang tuanya dan siswa masih berperilaku konsumsi, Sebuah fakta jejak pendapat yang dilakukan oleh Kasali Budiwati (2010) menemukan bahwa Mall adalah tempat nongkrong yang paling populer untuk mengisi waktu luang remaja (30,8%). Bagaimana para siswa itu menggunakan uangnya, jajan merupakan prioritas pertama pengeluaran remaja (49,4%), setelah itu membeli alat sekolah (19,5%), jalan-jalan atau hura-hura (9,8%), membeli kaset (2,3%), membeli aksesoris mobil (0,6%), dan ada pula yang tidak menjawab sebanyak (0,4%). Hasil jajak pendapat tersebut menunjukkan bahwa remaja saat ini lebih berorientasi pada gaya hidup hedonis.

Terkait ilustrasi di atas, pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muhammadiyah 2 Pekanbaru, terdapat kecenderungan perilaku konsumsi siswa pada hal-hal serupa, seperti tersaji dalam Tabel 1.

Tabel 1. Persentase Pengeluaran Siswa

No	Pengeluaran	Jumlah Siswa	Persentase (%)
1	Makan/Jajan	25	34,24
2	Belanja/Jalan-Jalan	7	9,58
3	Pulsa/Kuota	30	41,09
4	Sekolah	11	15,06
	Total	73	100

Sumber: Pra-Survey

Dari Tabel 1 menjelaskan bahwa pengeluaran terbesar dari penggunaan uang saku adalah untuk pulsa/kuota (41,09%) dan makan/jajan (34,24%), sedangkan untuk keperluan sekolah hanya sebagian kecil anggaran, sehingga terlihat bahwa siswa SMK ini tidak menggunakan skala prioritas dalam melakukan konsumsi.

Dari persoalan tersebut maka perilaku konsumsi remaja sekarang umumnya dipengaruhi perilaku konsumtif, yaitu perilaku seorang konsumen dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang dibutuhkan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

Perilaku konsumsi siswa tertentu berbeda antar siswa yang satu dengan lainnya, hal ini dikarenakan oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Setiadi (2013) faktor yang mempengaruhi tersebut terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, peran dan status, umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, keperibadian dan konsep diri, motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap. Menurut Dessyta Gumanti (2017) menyatakan bahwa, satu diantara penyebab yang memberi dampak tindakan konsumen terkait konsep ekonomi yakni literasi ekonomi.

Beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap pola perilaku konsumsi siswa. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah proses belajar. Dari proses belajar diharapkan siswa memperoleh pengetahuan dan memiliki kecakapan dalam meletakkan dasar-dasar berperilaku ekonomi, seperti berperilaku konsumsi yang rasional. Perilaku konsumsi siswa dapat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman siswa mengenai konsep ekonomi sehingga literasi ekonomi siswa menjadi sangat penting agar cerdas dalam melakukan tindakan ekonomi.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Muafifah Kusniawati (2016). dengan hasil penelitian dan pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS SMA Negeri 2 Tuban. Sehingga apabila literasi ekonomi tinggi maka perilaku konsumsi siswa semakin rasional. Disimpulkan bahwa literasi ekonomi siswa berada pada kualitas cukup baik diukur melalui hasil tes yang dilakukan pada responden menunjukkan 89% siswa menjawab dengan benar dan sisanya menjawab salah. Ada pengaruh signifikan status sosial ekonomi orang dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS SMA Negeri 2 Tuban sebesar 94,1%.

Literasi bagi seorang siswa penting, karena siswa selaku konsumen yang rasional akan memutuskan menggunakan uang untuk membeli dan menggunakan satu barang dan jasa tidak

didasari oleh emosi belaka, namun didasari oleh pertimbangan bahwa barang dan jasa yang dibelinya dapat memenuhi kebutuhan terbesarnya dibanding dengan barang dan jasa lain.

Sejalan dengan itu hasil penelitian Juliana (2013) menunjukkan bahwa tingkat literasi ekonomi mahasiswa dapat memberikan pengaruh kepada seseorang dalam melakukan tindakan ekonomi, khususnya kegiatan konsumsi. Pembelajaran ekonomi disekolah dapat membantu meningkatkan literasi ekonomi siswa dan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa.

Faktor lain yang juga menentukan perilaku konsumsi siswa adalah kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan pengaruh social dalam suatu perilaku konsumsi. Kelompok referensi merupakan aspek lingkungan social mikro bagi konsumen, interaksi social dengan kelompok referensi sering terjadi secara langsung dan bertatap muka. Kelompok merupakan kumpulan individu-individu yang saling berinteraksi antara satu dengan yang lain selama priode waktu tertentu untuk suatu kebutuhan atau tujuan bersama. dalam perspektif pemasaran, masing- masing kelompok dimana konsumen menjadi anggotanya akan mempengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi dari konsumen tersebut.

Kelompok referensi adalah setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai perbandingan bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai umum atau khusus dalam berperilaku. Seorang siswa mungkin menjadi bagian dari beberapa kelompok, seperti bagian dari kelompok organisasi, kelompok belajar, kelompok persahabatan, atau kelompok olahraga (Emilda Isnawati, 2021).

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Riana Afriansyah, dkk (2021) dan Dea Pratiwi Kaharu, dkk (2022) Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status mampu menggambarkan dan memiliki kontribusi pada keputusan pembelian online pengguna Lazada di Kota Sukabumi. Kelompok referensi merupakan salah satu faktor yang paling kuat mempengaruhi perilaku konsumen, yakni dalam membentuk keputusan pembelian secara online.

Kelompok referensi (acuan) memiliki pengaruh yang sangat penting dalam perilaku konsumsi siswa, misalnya jika salah satu siswa dalam kelompok persahabatan belanja dikantin maka siswa lain dalam kelompok persahabatan tersebut akan pergi seluruhnya. Akan tetapi belum diketahui seberapa besar pengaruh kelompok referensi tersebut terhadap perilaku konsumsi siswa. Peter dan Olson (2010) bahwa kelompok rujukan tidak hanya mempengaruhi pengetahuan konsumen, perilaku dan nilai-nilai tetapi juga mempengaruhi pembelian produk dan merk yang spesifik, bahkan pemilihan toko dimana pembelian akan dilakukan. Kelompok yang punya pengaruh langsung terhadap seseorang disebut kelompok primer, misalnya keluarga, kawan dan tetangga. Sedang kelompok yang berinteraksi secara formal yaitu kelompok sekunder, misalnya organisasi sosial, keagamaan, dan organisasi profesi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dengan menggunakan Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Subjek pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik propotional random sampling siswa kelas X dan XI Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru berjumlah 205 orang. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan. Jenis data dalam penelitian ini berupa data kuantitatif yang diperoleh langsung dari siswa sebagai responden. Data diperoleh menggunakan instrument angket dan test, kemudian dianalisis secara statistik deskriptif dan pengujian hipotesis ini menggunakan analisis regresi berganda.

Sebelum data dianalisis dengan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas sebaran data, uji linieritas pengaruh, uji heteroskedastisitas (uji homogenitas), dan uji multikolinearitas untuk menguji independensi antar variabel bebas. Berikut adalah komponen instrumen kuesioner untuk masing-masing variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis penelitian

Uji Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F untuk melihat pengaruh X1 dan X2 terhadap Y secara Simultan, Uji T untuk melihat Pengaruh Parsial X1 dan X2 terhadap Y, Koefisien determinasi dan koefisien regresi.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan rumus analisis regresi linear berganda dengan bantuan spss. Penulisan persamaan regresi linear berganda dapat dilakukan dengan menginterpretasikan angka-angka yang ada di dalam coefficients Beta seperti pada Tabel 3.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.458	1.656		5.107	.000
	Literasi Ekonomi	.215	.035	.328	6.128	.000
	Kelompok Referensi	.694	.071	.522	9.754	.000

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari Tabel 2. dengan memperhatikan angka yang berada pada kolom Coefficients Beta, maka dapat disusun persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.458 + 0,215 X1 + 0,694X2$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linear berganda di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (a) sebesar 0,458. Artinya apabila variabel independen diasumsikan nol (0), maka perilaku konsumsi sebesar 0,458.

2. Nilai koefisien regresi variabel literasi ekonomi sebesar 0,215. Artinya bahwa setiap peningkatan literasi ekonomi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan perilaku konsumsi sebesar 0,215 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.

3. Nilai koefisien regresi variabel kelompok referensi sebesar 0,694.

Artinya bahwa setiap peningkatan kelompok referensi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan perilaku konsumsi sebesar 0,694 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.

Berdasarkan analisis uji spss tersebut diperoleh nilai Sig. < 0,05 yaitu sebesar 0.000 baik secara simultan maupun parsial. Dengan demikian hipotesis a (Ha) dapat diterima dan hipotesis 0 (Ho) ditolak. Maka dapat diketahui bahwa literasi ekonomi dan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi baik secara simultan maupun secara parsial.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

(Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumsi Secara Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan, Ho ditolak jika sig. > 0,05 dan Ha diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji pengaruh parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)		5.107	.000		
	Literasi Ekonomi (X1)	.328	6.128	.000	.821	1.218
	Kelompok Referensi(X2)	.522	9.754	.000	.821	1.218

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 3 dengan taraf signifikansi 5% dapat diketahui sebagai berikut:

1. Literasi ekonomi

Diketahui sig. (0,00) < 0,05. Artinya apabila sig. < konstanta, variabel literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

2. Kelompok referensi

Diketahui sig. (0,00) < 0,05. Artinya apabila sig. < konstanta, variabel Kelompok referensi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

(Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumsi Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1 dan X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji F juga digunakan untuk

mengetahui apakah sebuah model regresi dapat digunakan memprediksi sebuah variabel dependen atau tidak. Jika sig. > 0,05, Ho ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F atau pengaruh secara simultan penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2053.512	2	1026.756	111.574	.000 ^a
	Residual	1858.897	202	9.202		
	Total	3912.410	204			
a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi(X2), Literasi Ekonomi (X1)						
B. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi (Y)						

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa uji simultan menghasilkan F hitung sebesar 111.574 dengan signifikansi 0,000. Karena Sig. < 0,05 maka variabel independen yaitu literasi ekonomi dan kelompok referensi secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu variabel perilaku konsumsi.

Koefisien Determinasi (R Square R2)

Menurut Ghozali (2012) Koefisien determinasi (R2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (minat berwirausaha). Nilai koefisien determinasi adalah antara Nol atau satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen (literasi ekonomi dan kelompok referensi) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (perilaku konsumsi) amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Adapun hasil koefisien determinasi penelitian ini terdapat pada tabel berikut :

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.525	.520	3.03356
a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi(X2), Literasi Ekonomi (X1)				

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan nilai koefisien determinasi yang menunjukkan derajat ketepatan dari analisis regresi linear berganda yang menggambarkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel terhadap variabel terikatnya. Besarnya nilai pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai R Square sebesar 0,525. Artinya bahwa sumbangan pengaruh variabel literasi

ekonomi dan kelompok referensi terhadap variabel perilaku konsumsi adalah sebesar 52,5%. Sedangkan sisanya 47,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti kebudayaan, kelas sosial, keluarga, kelompok sosial, motivasi, persepsi, kepribadian dan konsep diri, kepercayaan dan sikap (Danang, 2014) dan (Daroin, Ana Dhaoud, 2010). Hal ini merupakan variabel literasi ekonomi dan kelompok memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel perilaku konsumsi siswa-siswi di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Referensi terhadap perilaku konsumsi siswa di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dan pembahasan Literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru, artinya dengan demikian semakin tinggi tingkat literasi ekonomi akan membuat siswa semakin ekonomis dalam perilaku konsumsi.
2. Berdasarkan hasil dan pembahasan Kelompok referensi berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru, artinya Dengan semakin eratnya kelompok referensi dalam memberikan acuan dalam perilaku konsumsi akan membuat siswa semakin konsumtif dalam perilaku konsumsinya.
3. Berdasarkan hasil dan pembahasan Literasi ekonomi dan kelompok referensi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru. Artinya tingkat literasi, dan kelompok referensi bersama-sama dalam memberikan dampak pengaruh seseorang dalam melakukan konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifiana, N. R. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas dalam Keputusan Pembelian Produk Mie Instan (Indomie)*. Jurna
- Budiwati, N. (2010). *Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen: Survey pada guru SMA di kota Bandung. Unpubislhed Disertation. SPsUniversitas Pendidikan Indonesia*.
- Danang, Sunyoto. (2014) *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- Daroin, Ana Dhaoud. (2010) *Pengaruh Kualitas Pembelajaran Ekonomi, Pengetahuan Dasar Ekonomi (Economic Literacy) dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Efisiensi dalam Berkonsumsi Siswa Kelas XI dan XII Ilmu Sosial SMAN 1 Malang. (Tesis)*. Malang: UM
- Dea Pratiwi Kaharu, Dkk,(2022) *Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XII IPS SMA Negeri 1 Kabila Kabupaten Bone Bolango*, AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal P-ISSN 2407-8018 E-ISSN 2721-7310 DOI prefix 10.37905 Volume 08 (2) May 2022.
- Dias Kanserina. (2015) *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendiidkan Ekonomi Undiknas 2015*. Jurnal Pendidikan Ekonomi,

- Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia, Vol. 5 No. 1, 2015. Hal. 3.
- Emilda Isnawati (2021) *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.14, No.1, 2021.
- Etta Mamang.S & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: C.VAndi Offset, 2013) h.24
- Fauz Novia Faadhilah (2018) *“Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya)*.Jurnal Ilmu Manajemen Volume 7 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya 2018
- Gumanti, D. (2017). *Pengaruh Pendapatan, Kelompok Referensi, Literasi Ekonomi, Dan Sertifikasi Guru Terhadap Perilaku Konsumsi Guru SD, SMP, Dan SMA Di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok. Sumatra Barat: STKIP PGRI.*
- Johan, S. (2011). *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis* . Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Juliana. (2013) *Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. Pontianak: Universitas Tanjungpura*
- Kanserina, D., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2015). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha,*
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Muaddab, Hafis.(2015) *Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi Hijau pada Siswa SMK Negeri se Kabupaten Jombang*. Vol 2 Nomor 2 tahun 2015.
- Muafifah, Kusniawati dan Riza Yonita Kurniawan. (2016.) *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS si SMA Negeri 2 Tuban*. Jurnal pendidikan ekonomi Vol. 4 Nomor 3.
- Mutia Ayu Febriani (2018) *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D-Iv*