PENGARUH LITERASI EKONOMI, LINGKUNGAN SOSIAL DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

(SURVEI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KUNINGAN TAHUN 2024)

Desta Berliani Hardiyanti[1], Iskandar[2], Micki Watulandi[3]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan
Koresponden: 20210510360@uniku.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the simultaneous and partial effects of economic literacy, social environment, and hedonistic lifestyle on the consumer behavior of Kuningan University Students in 2024. The research method used is descriptive. Data collection was conducted using a questionnaire method. A total of 372 respondents were selected using Proportionate Stratified Sampling technique. Data analysis employed multiple regression analysis, with Economic Literacy, Social Environment, and Hedonistic Lifestyle as independent variables and Consumer Behavior as the dependent variable. The results of the study indicate that (1) Economic Literacy, Social Environment, and Hedonistic Lifestyle simultaneously influence Consumer Behavior among university students, (2) Economic Literacy does not have a significant influence on Consumer Behavior among university students, (3) Social Environment has a positive and significant influence on Consumer Behavior among university students, and (4) Hedonistic Lifestyle has a positive and significant influence on Purchase Decisions.

Keywords: Economic Literacy, Social Environment, Hedonistic Lifestyle, Consumer Behavior of Students.

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa. Kemudahan akses terhadap berbagai produk melalui pusat perbelanjaan maupun media sosial menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan dibandingkan kebutuhan.

Fenomena tersebut juga terjadi pada mahasiswa Universitas Kuningan. Berdasarkan hasil pra-penelitian terhadap 30 responden, sebanyak 84,6% mahasiswa merasa terpengaruh oleh iklan atau promosi dalam berbelanja, 71,8% dipengaruhi oleh status sosial dan teman sebaya, serta 66,7% mengaku sering membeli barang yang tidak dibutuhkan. Selain itu, 84,6% mahasiswa juga pernah merasa menyesal setelah melakukan pembelian. Data ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa tergolong tinggi.

Gaya hidup hedonisme turut memperkuat perilaku tersebut. Hasil pra-penelitian menunjukkan bahwa 93,3% mahasiswa lebih banyak mengalokasikan pengeluaran untuk kesenangan pribadi, 73,3% sering menghabiskan waktu dan uang untuk hiburan, serta 83,3% terpengaruh oleh media sosial dalam melakukan pembelian. Selain itu, sebagian besar mahasiswa memiliki penghasilan antara Rp500.000–Rp1.000.000 per bulan (46,7%), yang menunjukkan adanya kebebasan dalam mengelola keuangan namun belum diimbangi dengan pengelolaan yang rasional.

Perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya literasi ekonomi, lingkungan sosial, dan gaya hidup hedonisme. Literasi ekonomi berperan dalam membentuk kemampuan individu dalam mengambil keputusan ekonomi secara rasional, sedangkan lingkungan sosial memberikan pengaruh melalui interaksi dengan keluarga, teman

sebaya, dan lingkungan sekitar. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, baik secara positif maupun negatif.

Berdasarkan fenomena dan data tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi, lingkungan sosial, dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Kuningan.

LANDASAN TEORI

Teori Perilaku (Behaviorisme Theory)

Behaviorisme merupakan suatu proses perubahan perilaku yang sifatnya bisa berwujud perilaku yang tidak tampak atau perilaku yang tampak dan perilaku akan berubah sesuai dengan konsekuensi yang diperolehnya (Athallah et al., 2023).

Perilaku Konsumtif

Menurut Danurahman et al. (2023) perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Menurut Nikmah et al. (2023) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros.

Menurut Subagyo & Dwiridotjahjono (2021), ada delapan indikator perilaku konsumtif yaitu:

1. Membeli produk dengan iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasan yang menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan atau gengsi.
4. Membeli produk bedasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol atau status.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.
8. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Indikator perilaku konsumtif menurut Abdullah & Suja'i (2022), di antaranya:

1. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi
2. Membeli produk karena adanya tawaran hadiah
3. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
4. Mencari kesenangan
5. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Literasi Ekonomi

Menurut Susetyo & Firmansyah (2023), literasi ekonomi adalah cara bagaimana seseorang mencari pemahaman tentang dunia ekonomi disekitarnya, menerapkan prinsip-prinsip dasar untuk pengambilan keputusanya dan mengevaluasi hasil dari keputusan tersebut dengan cara yang rasional. Menurut Surindra (2022), literasi ekonomi adalah suatu ilmu pengetahuan yang dapat digunakan oleh seseorang untuk menjadi lebih pintar dalam mengambil keputusan, terutama pada bagian ekonomi yang dianggap paling tepat.

Menurut Solihat & Arnasik (2018), terdapat empat Indikator untuk mengukur literasi ekonomi yaitu :

1. Pemahaman terhadap kebutuhan
2. Pemahaman terhadap kelangkaan
3. Pemahaman terhadap prinsip ekonomi
4. Pemahaman terhadap motif ekonomi
5. Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi

Lingkungan Sosial

Menurut Sugianto & Erdiansyah (2020) lingkungan sosial adalah tempat sehari-hari komunikasi berkaitan dengan lingkungan untuk apa yang akan mereka beli. Menurut Purwati et al. (2023) menekankan definisi lingkungan sosial sebagai wadah untuk berinteraksi antar individu dengan individu lainnya sehingga memengaruhi tingkah laku seseorang.

Indikator lingkungan sosial menurut Ratih (2023) :

1.
2. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan yang utama dalam memberikan tuntunan dan memiliki peran dalam upaya mengembangkan pribadi seseorang.
3. Lingkungan masyarakat merupakan ruang bersosialisasi bagi manusia yang dapat saling memengaruhi satu sama lain.
4. Media massa memiliki peran penting saat ini terutama dalam media sosial yang dapat membantu seseorang dalam menambah pengetahuan dan wawasan, namun juga dapat berpengaruh bagi seseorang untuk mengikuti trend yang ada.

Sedangkan menurut Pujiastuti et al. (2022), ada beberapa indikator, diantaranya yakni:

1. Budaya
2. Kelas sosial
3. Keluarga
4. Pengaruh pribadi
5. Situasi

Gaya Hidup Hedonisme

Menurut Sukarno & Indrawati (2018), gaya hidup hedonisme dapat diartikan sebagai kebiasaan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau remaja yang biasanya terjadi di daerah perkotaan. Gaya hidup remaja biasanya dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan juga teman sebaya. Menurut Hafsyah (2020), gaya hidup hedonisme adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

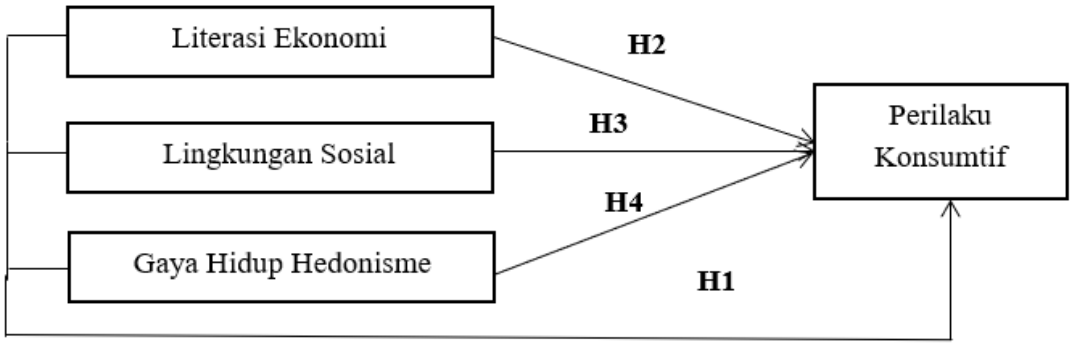
Menurut Rizaldi (2016), terdapat empat indikator gaya hidup hedonisme, di antaranya:

1. *Curiosity development and opennes to change*
2. *Self-enhancement*
3. *Entertaiment and fun*
4. *Consumption style*

Indikator gaya hidup hedonisme menurut Bila & Marlena (2024), adalah sebagai berikut:

1. *Activies* (kegiatan)
2. *Interest* (minat)
3. *Opinion* (pendapat)

Kerangka Berpikir



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1: Literasi Ekonomi, Lingkungan Sosial, dan Gaya Hidup Hedonisme secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa.

H2: Literasi Ekonomi berpengaruh Negatif terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa.

H3: Lingkungan Sosial berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa.

H4: Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif korelasional dan metode survei. Metode ini digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel literasi ekonomi, lingkungan sosial, dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan sampel dari populasi mahasiswa Universitas Kuningan. Teknik analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun data populasi dari dari 16 program studi, sample dalam penelitian ini jika dibulatkan sampel yang diambil adalah 372 responden dari 5.651 populasi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan karakteristik responden, diketahui bahwa dari 372 mahasiswa angkatan 2024 Universitas Kuningan, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebesar 53,5%, sedangkan laki-laki sebesar 46,5%. Berdasarkan program studi, responden didominasi oleh mahasiswa Program Studi Manajemen sebesar 29,6%, diikuti Pendidikan Guru Sekolah Dasar sebesar 12,4%, Sistem Informasi sebesar 11%, dan Teknik Informatika sebesar 10,5%.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi memiliki nilai rata-rata sebesar 25,35 dengan persentase sebesar 19,5% yang termasuk dalam kategori sangat rendah. Variabel lingkungan sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 36,27 dengan persentase sebesar 21,7% yang termasuk dalam kategori rendah. Variabel gaya hidup hedonisme memiliki nilai rata-rata sebesar 36,91 dengan persentase sebesar 22% yang termasuk dalam kategori rendah. Sementara itu, variabel perilaku konsumtif memiliki nilai rata-rata sebesar 41,06 dengan persentase sebesar 22% yang juga berada dalam kategori rendah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi ekonomi mahasiswa masih rendah, sedangkan lingkungan sosial dan gaya hidup hedonisme berada pada kategori rendah, yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan literasi ekonomi serta pengelolaan gaya hidup yang lebih rasional guna menekan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Pengaruh Literasi Ekonomi, Lingkungan Sosial, dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh variabel Literasi Ekonomi, Lingkungan Sosial, dan Gaya Hidup Hedonisme secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 60.386 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu Literasi Ekonomi, Lingkungan Sosial, dan Gaya Hidup Hedonisme secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif, dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Literasi Ekonomi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1.861 < 1,966 t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,064 > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Ekonomi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang konsep ekonomi yang baik tidak secara langsung mengurangi atau meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan.

Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Sosial memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4.664 > 1,966 t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif **dapat diterima**.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Hedonisme memiliki nilai t_{hitung} sebesar 12.542 > 1,649 t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif **dapat diterima.**

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Literasi Ekonomi, Lingkungan Sosial, dan Gaya Hidup Hedonisme secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Artinya ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ketika dianalisis secara bersama-sama. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat dipengaruhi oleh kombinasi dari pengetahuan ekonomi, pengaruh lingkungan sosial, dan gaya hidup yang mereka jalani. Dengan demikian model penelitian layak digunakan.
2. Literasi Ekonomi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Artinya meskipun literasi ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, namun pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang konsep ekonomi yang baik tidak secara langsung mengurangi atau meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan.
3. Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Dengan kata lain semakin kuat pengaruh lingkungan sosial, semakin besar kemungkinan mahasiswa akan terlibat dalam perilaku konsumtif.
4. Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis cenderung untuk terlibat dalam perilaku konsumtif karena mereka lebih fokus pada kesenangan dan kepuasan pribadi. Dengan kata lain, semakin kuat gaya hidup hedonis, semakin besar kemungkinan mahasiswa akan terlibat dalam perilaku konsumtif. Dalam hal ini, Gaya Hidup *Hedonisme* lebih mendominasi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif.

Saran

1. Bagi Mahasiswa

- Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, dengan indikator pemahaman tentang kelangkaan, prinsip ekonomi, serta kegiatan konsumsi yang memiliki skor rendah disarankan untuk mulai memperdalam kembali konsep dasar ekonomi, khususnya mengenai kelangkaan, yaitu kondisi di mana kebutuhan manusia yang tidak terbatas harus dihadapkan pada sumber daya yang terbatas. Pemahaman ini penting agar mahasiswa dapat menyadari bahwa setiap keputusan memiliki konsekuensi, dan perlu dilakukan prioritas terhadap kebutuhan. Selain itu, mahasiswa perlu memahami prinsip-prinsip ekonomi secara praktis, seperti biaya peluang dan efisiensi, yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, misalnya saat memutuskan untuk membeli suatu barang atau mengalokasikan waktu belajar.
- Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, dengan indikator situasi yang memiliki skor rendah disarankan perlu lebih menyadari bahwa keputusan konsumsi sering kali dipengaruhi oleh situasi sosial di sekitar mereka, seperti tekanan dari teman sebaya, tren di media sosial, atau gaya hidup komunitas kampus. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk membangun kesadaran diri agar tidak mudah terbawa arus lingkungan yang mendorong konsumsi berlebihan demi citra sosial. Mahasiswa disarankan untuk lebih selektif dalam bergaul dan berinteraksi, dengan memilih lingkungan pertemanan yang mendukung gaya hidup sederhana dan produktif.
- Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, dengan indikator aktivitas dan pendapat yang memiliki skor rendah disarankan perlu mulai mengevaluasi kembali cara pandang dan kebiasaannya dalam menjalani kehidupan sehari-hari, khususnya yang berkaitan dengan konsumsi. Gaya hidup hedonis yang menekankan pada pencarian kesenangan sesaat, seperti berbelanja secara impulsif, nongkrong di tempat mahal, atau mengikuti tren tanpa pertimbangan kebutuhan, dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak sehat. Oleh karena itu, mahasiswa disarankan untuk membentuk pola pikir yang lebih bijak dan sadar nilai, dengan menanamkan prinsip hidup sederhana dan bertanggung jawab dalam setiap aktivitas konsumsi. Mahasiswa juga perlu mulai membatasi aktivitas yang memicu gaya hidup boros dan lebih banyak melibatkan diri dalam kegiatan yang memberi nilai tambah, seperti mengikuti pelatihan, organisasi, atau kegiatan sosial. Selain itu, penting untuk mengubah persepsi bahwa kebahagiaan harus selalu diukur dari hal-hal yang bersifat materiil.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam cakupan variabel dan ruang lingkup responden, sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas objek kajian dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai program studi, jenjang pendidikan, atau perguruan tinggi yang berbeda agar hasilnya lebih generalisasi. Selain itu, peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, seperti pengaruh media sosial, literasi keuangan, atau kondisi ekonomi keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan Dewantara*, *8*(2), 72–84.

Aplaha, A., & Zakiroh, S. D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa SMP Negeri 5. *Jurnal Psikologi Humanistik*, *7*(2).

Aprilliyanti, R. S., & Asmawan, Moh. C. (2023). The Influence Of Ease Of Transactions Using Shopeepay, Promotion and Hedonism Lifestyle On Consumptive Behavior Of Accounting Education Students Muhammadiyah University Surakarta. *The 2nd International Conference on Education Innovation and Social Science*, 600–607.

Athallah, M. F., Mariah, M., & Asbara, N. W. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Nelayan Kelurahan Barombong Kecamatan Talamate Kota Makassar. *MANUVER: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *1*(2), 118–131.

Atkinson, A., & Messy, F. (2018). *Literasi Keuangan*. Rajawali Pers.

Bila, S. M., & Marlena, N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *12*(2), 215–222.

Danurahman, A. R., Sumiati, A., & Zulaihati, S. (2023). Peran Literasi Keuangan dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya dan Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Konferensi Ilmiah Akuntansi X*.

Dewi, N., Rusdarti, R., & Sunarto, St. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, *6*(1), 29–35.

Fadjar, C., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian di Rumah Pernik Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *5*(1), 339–349.

Fatmawati, D. (2022). Faktor-Faktor Penyebab Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa. *Jurnal Attending*, *1*(3), 463–472.

Gotama, G., & Rindrayani, S. R. (2022). Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Online Shop pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. *Jurnal Economina*, *1*(4), 690–701.

Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Transaksi Online (E-Commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, *1*(6), 94–103.

Hindyni, R., & Nurhaliza, S. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Universitas Djuanda. *Karimah Tauhid*, *3*(3), 3288–3296. https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12243

Indartini, M., & Mutmainah, M. (2024). *Analisis Data Kuantitatif (Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi, dan Regresi Linier Berganda)*. Penerbit Lakeisha.

Jannah, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, *3*(2), 117–124. https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p117-124

Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, *14*(3), 1–16.

Johanto, I., & Reza, M. P. (2024). *The Effect Of Hedonic Lifestyle On The Consumption Behavior Of Accounting Students At Universitas Negeri Surabaya. Neraca Manajemen, Ekonomi*, *9*(4), 1–19. https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359

Jumantini, E. (2017). The Influences of Individual Modernity, Social Environment, an Economic Literacy on Lifestyle and Their Implications on Student's Consumptive Behavior. *Proceedings of the 2nd International Conference on Economic Education and Entrepreneurship (ICEEE 2017)*, 225–229.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Lestari, P. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General*, *3*(1), 204–211.

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. https://doi.org/10.29210/3003210000

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, *52*(1), 5–44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5