

PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT PADA GAYA HIDUP HEDONISME MASYARAKAT MENENGAH KE BAWAH DI KOTA TOMOHON

(Studi Kasus Pada Masyarakat Milenial di Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III)

Desi Siringo-ringo¹, Tinneke E.M. Sumual², Rahel W. Kimbal³

^{1,3}Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Manado, Manado

²Manajemen, Universitas Negeri Manado, Manado

e-mail: desioctavia27@gmail.com, tinnekesumual@unima.ac.id, rahelwkimbal@unima.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi pada gaya hidup hedonisme masyarakat menengah ke bawah di Kota Tomohon yang di fokuskan pada masyarakat yang ada Kelurahan Kakaskasen I, II dan III. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan analisa data menurut Miles dan Huberman. Hasil yang ditemukan di lapangan adalah perilaku konsumsi masyarakat menengah ke bawah pada gaya hidup hedonisme terbagi dari beberapa jenis, yaitu (1) *Impulsive Buying*, (2) *Non Rational Buying*, dan (3) *Wasteful Buying*. Ketiga jenis perilaku konsumsi ini merupakan gambaran perilaku masyarakat masa kini.

Kata kunci: impulsive buying, non rational buying, wasteful buying

Abstract

This study aims to determine consumption behavior in the hedonistic lifestyle of the middle to lower class society in Tomohon City which is focused on the people who live in Kakaskasen I, II and III Villages. The research method used is a qualitative approach. The data sources used in this research are primary data and secondary data. Data collection techniques using observation, interviews and documentation with data analysis according to Miles and Huberman. The results found in the field are that the consumption behavior of the lower middle class in a hedonistic lifestyle is divided into several types, namely (1) Impulsive Buying, (2) Non Rational Buying, and (3) Wasteful Buying. These three types of consumption behavior are a reflection of the behavior of today's society.

Keywords : impulsive buying, non rational buying, wasteful buying

1. Pendahuluan

Pada periode globalisasi saat ini, berbagai bidang misalnya, ekonomi, inovasi, industri, dan lainnya telah mengalami kemajuan yang sangat cepat. Hal ini akan membawa perubahan kualitas dan pemanfaatan cara berperilaku individu yang tidak sulit untuk menentukan cara hidup yang mewah atau sering dikenal sebagai pencari kesenangan. Dalam hipotesis dramaturgi oleh Erving Goffman menyatakan bahwa masyarakat umum yang melakukan cara hidup pesta pora biasanya akan disebut sebagai drama fase tunggal akan melakukan karakter yang berbeda sebelum panggung (*frontstage*) dan akan berbeda di masa depan di belakang panggung (di belakang panggung). (Suciptaningsih, 2017). Pesta pora adalah cara berperilaku yang berfokus pada kegembiraan sambil membeli produk mahal (bertanda) bernilai jutaan hanya untuk memuaskan kerinduannya, dan secara konsisten mencari titik fokus pertimbangan dengan bertindak boros (Thamrin dan Saleh, 2021).

Dalam keadaan ini, mendukung pengaturan perilaku pemanfaatan di mana yang terampil secara moneter dapat menyimpan kekayaan, memberdayakan cara hidup yang mewah, dan penyebaran tenaga kerja dan produk yang miring yang dibutuhkan oleh daerah setempat yang lebih luas (Rahman dan Fitrah, 2018). Perilaku pembeli adalah seseorang yang benar-benar ingin membeli suatu barang dengan tidak mengindahkan biaya atau kebutuhan (Yasmin, 2020).

Masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III, memiliki watak atau perilaku penggunaan yang sangat maksimal pada cara hidup yang rakus. Sering kali individu yang menyelesaikan cara hidup *libertine* adalah individu yang berada di kelas pekerja yang lebih rendah. Individu juga di kota-kota Kakaskasen I, II, dan III menambahkan signifikansi pada gaya yang kontras dengan persyaratan nyata. Jadi cenderung dianggap bahwa individu-individu dari kota-kota Kakaskasen I, II, dan III umumnya memiliki cara hidup dekaden yang sangat tinggi di kelas pekerja bawah di Kota Tomohon, terutama dalam persyaratan opsional yang mereka pandang sebagai kebutuhan esensial atau kebutuhan pokok. Kebutuhan tambahan adalah persyaratan yang harus dipenuhi setelah persyaratan penting, seperti TV, lemari es, mesin cuci pakaian, dan persyaratan opsional lainnya (Imansari, 2020).

Dalam cara hidup publik Minahasa dan semua anak muda yang lebih eksplisit yang merupakan siswa memiliki cara hidup yang dekaden. Salah satu cara berpikir masyarakat Manado, khususnya "*lebe bae kala nasi asal jang kalah aksi*" bermaksud bahwa terlepas dari kenyataan bahwa itu menantang untuk makan, itu adalah gaya utama. Karena individu merasa bahwa penampilan sangat penting. Jadi mereka menganggapnya sebagai kebutuhan esensial yang tidak dapat disangkal lebih signifikan daripada beberapa kebutuhan lainnya. Orang Manado tidak benar-benar ingin makan, namun pada saat yang sama gaya. (Tombeg, 2021) Jadi sangat baik dapat dilihat bahwa pengeluaran keluarga individu di kota-kota Kakaskasen I, II, dan III sampai sekarang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan mendasar namun untuk mengatasi masalah individu. Biasanya kebutuhan untuk membeli sesuatu di luar kebutuhan mendasar adalah dampak dari perilaku pemanfaatan. Gaya hidup konsumtif adalah perilaku yang digambarkan dengan adanya eksistensi pemborosan dan distorsi. Dari cara berperilaku pelanggan inilah yang membuat seorang individu menjadi individu yang memiliki cara hidup yang tidak seimbang. Ini akan berdampak positif bagi masyarakat (Aini dan Andjarwati, 2020). Atribut kelas pekerja bawah di kota-kota Kakaskasen I, II, dan III biasanya terlihat dari penampilan, tingkat sekolah, jenis pekerjaan, tingkat gaji, jumlah kerabat, keadaan bahan bangunan rumah tanpa henti yang digunakan. Dengan demikian, otoritas publik harus benar-benar fokus pada kelas pekerja bawah di Kota Tomohon, terutama kepada kepala sub-lokal Tomohon Utara. Untuk mendapatkan penghasilan yang cukup untuk bertahan hidup dengan kehidupan yang adil, karena mereka sebenarnya menjadi tuan rumah untuk mencari dukungan dari pertemuan yang berbeda (Martani dan Nainggolan, 2019).

Pemanfaatan dipandang sebagai gerakan keuangan untuk mendapatkan upah yang layak. Dalam situasi unik ini, pilihan pemanfaatan dilihat dari desain pemanfaatan yang menunjukkan keterkaitan antara perilaku individu dan daerah dalam memanfaatkan rencana pengeluaran atau membayar untuk membeli tenaga kerja dan produk sesuai kebutuhan pokok keluarga (Hasan, Arisah, dan Rahmatullah, 2021). Namun, sebagian besar alasan kelas pekerja bawah di Kota Tomohon melakukan perilaku pemanfaatan selangit, khususnya untuk menunjukkan pemborosan kepada rekan-rekan mereka agar tidak terlihat usang bagi jaringan mereka tanpa merenungkan keuntungan dari sini.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat merumuskan bahwa permasalahan yang terjadi pada masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II dan III di Kota Tomohon adalah :

- a. Bagaimana perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III pada *Impulsive Buying* (Pembelian tanpa direncanakan/tiba-tiba)?
- b. Bagaimana perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III pada *Non Rational Buying* (Mencari kesenangan semata)?
- c. Bagaimana perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III pada *Wasteful Buying* (Melakukan Pemborosan)?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III pada *Impulsive Buying* (Pembelian tanpa direncanakan/tiba-tiba)

- b. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III pada *Non Rational Buying* (Mencari kesenangan semata)
- c. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III pada *Wasteful Buying* (Melakukan Pemborosan)

2. Tinjauan Teoritis

Teori Konsumsi

Dalam pemanfaatannya, setiap keluarga memiliki biaya yang berbeda-beda yang dilibatkan oleh setiap keluarga sebagai beban atau lingkungan untuk mengatasi masalah semua individu dalam keluarga secara adil dan tanpa cela untuk mencapai bantuan pemerintah keluarga agar dapat hidup lebih baik (Manorek, Kawulur, dan Rumagit 2022).

Hipotesis pemanfaatan dalam hipotesis Keynes, menyatakan bahwa penggunaan pemanfaatan bergantung pada ukuran gaji. Semakin menonjol tingkat pembayaran, semakin penting pemanfaatan individu karena pemanfaatan dan pembayaran secara langsung sesuai. Hipotesis Keynes tentang pemanfaatan juga masuk akal di mana ada hubungan antara bayaran yang didapat hari ini (*disposable pay*) dan pemanfaatan yang diselesaikan hari ini juga (Keynes, 1936). Kemudian lagi, sesuai (Soediyono, 2000) menyatakan bahwa pemanfaatan adalah demonstrasi pemanfaatan tenaga kerja dan produk yang layak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi persyaratan tujuan yang cepat.

Teori perilaku konsumsi

Perilaku pembeli adalah salah satu efek dari kemajuan zaman saat ini, di mana pemanfaatan dalam budaya saat ini bukan hanya tindakan untuk memenuhi kebutuhan mendasar (makanan) namun juga untuk kepuasan kerinduan atau keinginan manusia (non-makanan). (Alviyah, Pranawa dan Rahman, 2020)

Perilaku pemanfaatan individu secara tegas dipengaruhi oleh faktor-faktor dalam dan luar. Di mana faktor di dalam menggabungkan gaji, mentalitas hidup, dan inspirasi. Sementara itu, faktor luar, untuk menjadi keluarga tertentu, biaya, iklim keuangan dan rendahnya pelatihan individu (Hidayati, Anwar dan Irfham, 2019).

Dalam buku Prolog to Microeconomics Nuraini (2017), masuk akal bahwa ada dua cara untuk menangani perilaku pembeli sesuai hipotesis ekonomi mikro, khususnya metodologi kardinal dan metodologi ordinal.

Jenis Perilaku Konsumsi

Menurut Rosyid dan Lina dalam Sari (2018), bahwa ada tiga macam cara berperilaku yang merusak, untuk lebih spesifiknya:

- a. Pembelian impulsif (Pembelian Tanpa Direncanakan/Secara tiba-tiba/Spontan)

Ditandai sebagai demonstrasi pembelian yang belum sengaja dianggap sebagai konsekuensi dari suatu pemikiran, atau tujuan pembelian yang dibingklai sebelum memasuki toko.

- b. *Non levelheaded purchasing* (Mencari Kesenangan Hanya Semata)

Adalah perilaku pembelian dengan alasan yang masuk akal yang tidak masuk akal. Sifat pembeli ini dalam banyak kasus membeli produk dengan biaya yang aneh dengan keuntungan dari barang dagangan yang tidak tepat.

- c. Pembelian boros (Melakukan Pemborosan)

Perilaku pembeli dalam pembelian tidak efisien. Perilaku pembelian mewah dijelaskan oleh perolehan barang dagangan oleh pembeli yang tidak diubah sesuai dengan persyaratan yang harus dipenuhi.

Pembelian Impulsif

Memahami Pembelian Impulsif atau Pembelian Tidak Terencana/Tiba-tiba, Ahli pembelian impulsif menggunakan lebih sedikit siklus mental dan memasukkan lebih dekat dengan elemen rumah. Dekat dengan pergumulan rumah yang biasanya terjadi adalah adanya dorongan kuat untuk memiliki sesuatu yang dia lihat dan harus segera dipuaskan,

sensasi penghinaan jika dia tidak mendapatkan hal itu, dan keadaan mendalam lainnya, salah satunya adalah ketakutan dan ketegangan karena dia belum memilikinya. Pembelian ruam atau umumnya juga disebut pembelian spontan adalah cara berperilaku di mana seseorang tidak merancang sesuatu dalam berbelanja. Pembeli dalam pembelian tergesa-gesa tidak mempertimbangkan untuk membeli barang atau merek tertentu. Pembelian yang tergesa-gesa langsung membuat pembelian karena intrik pada merek atau barang di sekitar saat itu. Pembelian yang tidak bijaksana ini dapat terjadi di mana saja dan kapan saja. (Organik, 2018)

Menurut Cobb dan Hayer dalam Riduwan (2022), mengatakan bahwa ada dua aspek penting dalam impulsif buying, yaitu:

Tabel 1. Aspek Penting dalam *Impulsif Buying*

Tidak	Kognitif (<i>Kognitif</i>)	Emosional (<i>Afektif</i>)
1	Spontanitas	Timbulnya perasaan ingin segera melakukan pembelian
2	Kurangnya perencanaan	Adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan
3	Tidak melakukan perbandingan produk	Perasaan senang dan puas muncul setelah melakukan pembelian

Pembelian Non rasional (Hanya Mencari Kesenangan)

Pembelian non-rasional adalah perilaku di mana konsumen ingin membeli barang yang dilakukan hanya – semata-mata untuk mencari kesenangan diri dan kepuasan saja tanpa memikirkan harga. Kesenangan berbelanja akan memotivasi seseorang untuk menemukan informasi yang diinginkannya tentang produk online. Salah satu hal yang dicari adalah kenyamanan fisik yang dalam hal ini dilatarbelakangi oleh sifat yang akan membuatnya merasa bahagia dan nyaman ketika memakai barang-barang yang bisa membuatnya trendi (Rochani, 2018).

Pembelian Boros

Aspek ini menjelaskan bahwa sampah yang berujung pada perilaku konsumsi merupakan salah satu perilaku yang bertebaran – menghambur-hamburkan dana yang banyak tanpa didasarkan pada kebutuhan yang jelas (Hanno, 2021). Adanya perilaku konsumsi yang berlebihan ini dapat menyebabkan pemborosan yang berlebihan baik dalam kehidupan pribadi maupun keluarga, tanpa disadari bahwa pemasukan tidak diimbangi dengan pengeluaran.

Dengan demikian, adanya laporan keuangan yang baik akan memudahkan untuk mengetahui perkembangan gaya hidup manusia, sehingga laporan keuangan dapat diketahui berapa banyak pengeluaran dan pemasukan yang telah diterima atau dikeluarkan (Winerungan, 2020). Namun, dengan membuat laporan keuangan yang secara umum dapat diterima, dapat menjadi dasar yang lebih mudah bagi kelompok yang lebih luas untuk membuat laporan tersebut (Kesek, Sumual, dan Miran, 2021).

Karakteristik perilaku konsumsi

Berikut beberapa karakteristik perilaku konsumsi menurut Yusnir (2021), yaitu:

- Membeli produk karena iming-iming hadiah
- Membeli produk hanya untuk menjaga penampilan diri dan prestise.
- Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga.
- Membeli produk hanya untuk mempertahankan simbol status diri.
- Membeli produk karena kemasan yang menarik
- Miliki penilaian bahwa produk yang mahal akan menyebabkan kepercayaan diri yang tinggi.
- Ingin meniru mode terbaru atau trending.
- Untuk bisa menarik perhatian orang lain.

- i. Membeli barang karena tidak ingin kalah kompetitif

Masyarakat

Indonesia sebagai negara besar harus mampu memanfaatkan sumber daya alam yang ada, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut (Kimbal, 2020). Suatu masyarakat dapat terbentuk karena setiap manusia menggunakan perasaan, pikiran, dan keinginannya untuk bereaksi dan berinteraksi dengan lingkungannya. Oleh karena itu, masyarakat terbentuk karena manusia menggunakan perasaan, pikiran dan keinginannya untuk bereaksi di lingkungannya (Prasetyo & Irwansyah, 2020). Pengertian masyarakat juga dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang terorganisir karena memiliki tujuan yang sama.

Tingkat Status Sosial Ekonomi

Kelas sosial tidak mengarah pada sekumpulan individu yang berada dalam satu komunitas, melainkan didasarkan pada kesamaan perilaku konsumsi yang menghasilkan kesamaan pendapat dan kesempatan untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan (Oktavia, 2018).

Ada berbagai macam masyarakat yang kita temui dalam kehidupan sosial termasuk orang miskin dan orang kaya. Secara garis besar, perbedaan yang ada dalam masyarakat didasarkan pada materi yang dimiliki seseorang yang disebut sebagai kelas sosial (social class). Menurut M. Arifin Noor dalam Kuswati (2020), tingkat status sosial ekonomi dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu

- a. Kelas atas
- b. Kelas Menengah
- c. Kelas bawah

Memahami Gaya Hidup Hedonisme

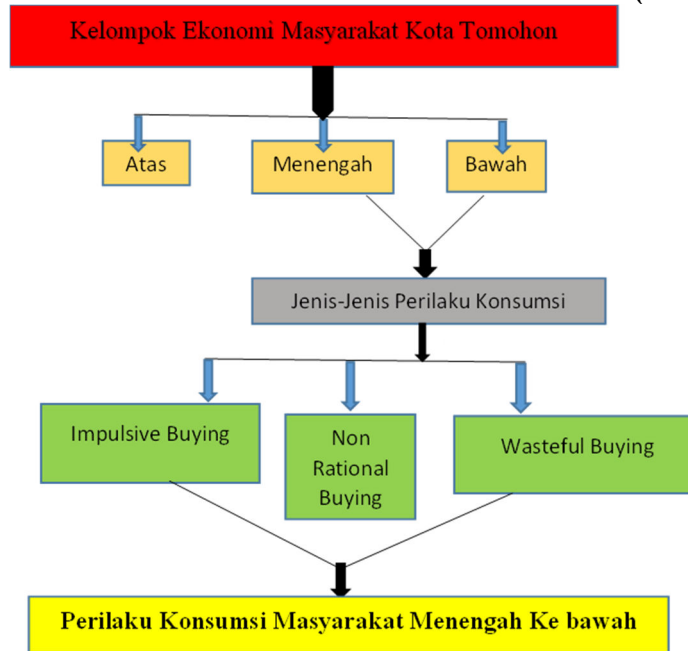
Istilah *way of life* (cara hidup) awalnya dikemukakan oleh seorang dokter dari Austri bernama Alfred Adler pada tahun 1929. Cara hidup saat ini adalah cara hidup yang mengejar mengambil jalan yang berbeda sesekali secara lugas dan akan membentuk cara hidupnya, mulai dari persyaratan esensial dan opsional hingga tarsius (Fitri dan Basri, 2021).

Hipotesis *epicurean* mengungkapkan bahwa setiap aktivitas manusia, baik dipahami atau tidak disadari, apakah muncul dari dalam atau kekuatan luar pada dasarnya memiliki satu alasan, yaitu untuk mencari hal-hal indah dan menjauh dari hal-hal yang menyiksa. *Libertine* adalah salah satu spekulasi persuasif yang sesuai dengan standar bantalan tujuan yang dianggapnya paling menarik (Lodeng, 2018).

Menurut Chaney dalam Rista (2021), cara hidup *epicurean* adalah kerangka keberadaan sehari-hari yang dilalui cukup banyak secara konsisten mencari kegembiraan dunia, misalnya, suka berada di luar dan memainkan banyak hal atau menghabiskan waktu bersama teman-temannya, suka membeli barang-barang bertanda yang dia nikmati, suka makan di luar rumah, suka puas dengan gerombolan kota dan suka memamerkan namun tidak terlalu terbuka untuk masyarakat umum.

Kerangka Berpikir Penelitian

Kehidupan individu sering dihadapkan pada masalah dalam jenis cara pemanfaatan berperilaku (Pembelian yang Tidak Bijaksana, Pembelian yang Tidak Bijaksana, dan Pembelian yang Tidak Efisien) yang selangit, ini diharapkan menjadi area kekuatan utama karena memiliki hambatan agar tidak terpengaruh secara efektif oleh perilaku pemanfaatan. Selanjutnya adalah struktur penalaran yang digunakan dalam ulasan ini, sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

3. Metode

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2017), pendekatan kualitatif adalah melukiskan, menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagai apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan di lapangan terutama berkaitan dengan tema penelitian yang diambil untuk berupaya mendeskripsikan secara sistematis dan fakta dalam perilaku konsumsi masyarakat tersebut.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini akan dilakukan di Kelurahan Kakaskasen I, II, dan III yang ada di kecamatan Tomohon utara, Sulawesi Utara. Jadi, untuk waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Oktober 2022 sampai bulan Desember 2022. Setelah itu, data yang telah diperoleh dari lapangan akan dianalisis hingga menjadi pembahasan akhir yang menghasilkan kesimpulan.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Di dalam penelitian ini, populasi yang dilakukan adalah masyarakat kelurahan kakaskasen I, II dan III yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga serta ibu-ibu yang bekerja dengan penghasilan di bawah Rp 3.200.000,00 di Kecamatan Tomohon Utara, Kota Tomohon yang melakukan jenis-jenis perilaku konsumsi (*Impulsive Buying*, *Non Rational Buying* dan *Wasteful Buying*).

b. Sampel

Pada penelitian ini, responden yang menjadi subjek di penelitian ini adalah dua belas ibu rumah tangga maupun ibu-ibu yang bekerja dengan penghasilan di bawah Rp 3.200.000,00 yang melakukan jenis-jenis perilaku konsumsi (*Impulsive Buying*, *Non Rational Buying* dan *Wasteful Buying*) yang berbeda-beda setiap individu.

Teknik Pengumpulan Data

Dikutip dari penelitian skripsi (Hijrah Pratiwi, 2018), teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer
Data Primer ialah data yang ditemukan dari pihak pertama baik secara individual maupun kelompok. Tahapan dalam memperoleh data adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.
- b. Data sekunder
Data sekunder merupakan data pendukung daripada data primer yang dapat diperoleh dari buku-buku, jurnal, artikel, dan sumber lainnya yang terpercaya yang dianggap kompeten dalam permasalahan yang ada di dalam penelitian ini serta dapat memperkaya data primer.

Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini, menggunakan teknik analisis data yaitu model Mails & Huberman dalam sugiyono (2017) dengan tahapan pengumpulan data yaitu:

- a. Data *Collecting* (Pengumpulan Data)
- b. Data *reduktion* (Reduksi Data)
- c. Data *Disply* (Penyajian Data)
- d. Klasifikasi Data (Penarikan Kesimpulan dan klarifikasi)

4. Hasil dan Pembahasan**Deskripsi Hasil Penelitian**

Peneliti mengumpulkan data dari lapangan yang berkaitan dengan perilaku konsumsi masyarakat pada gaya hidup hedonisme masyarakat menengah ke bawah di Kota Tomohon (Studi Kasus Pada Masyarakat Milenial di Kelurahan Kakaskasen I, II dan III). Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Maka rumusan masalah di atas dapat dijabarkan hasil penelitiannya sebagai berikut:

- a. *Impulsive Buying* (Pembelian tanpa perencanaan/tiba-tiba)

Impulsif buying adalah perilaku dimana seseorang yang tidak memiliki perencanaan sebelumnya sehingga terjadi proses pembelian barang yang dilakukan secara spontan atau tiba-tiba, tanpa dilandasi oleh adanya kebutuhan serta rencana pembelian yang terarah oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Konflik emosional yang biasanya terjadi adalah munculnya keinginan yang kuat untuk memiliki barang yang dilihatnya dan harus segera dipenuhi karena sering kali sulit untuk ditahan atau dilawan. Situasi ini dapat dilihat dari hasil wawancara oleh Ibu R selaku ibu rumah tangga yang tinggal di salah satu kos-kosan di Kelurahan Kakaskasen II lewat penuturannya sebagai berikut:

“Bagi saya perencanaan itu tidak penting, kalau mau membeli barang ya saya langsung melakukan pembelian secara spontan atau secara tiba-tiba. Suami saya bekerja di salah satu PT di merauke, jadi penghasilan ada kalau suami saya gaji. Kalau masalah perencanaan biasanya saya kurang respect, karena apa yang direncanakan sebelumnya belum tentu ada. Saya sering sekali kalau belanja itu tidak pernah melihat harga serta kegunaan dari barang itu ke depannya karena prinsip saya kalau saya suka langsung saya beli saja tanpa menunda waktu. Makanya biasanya uang bulanan yang saya dapat dari suami saya itu cepat habis. Karena saya sering dipengaruhi diskon, promo, iklan, tawaran-tawaran menarik lainnya saat berbelanja, biaya sekolah anak-anak, uang kredit, uang kontrakan serta kebutuhan anak disekolah yang mendadak. Sehingga saya tidak bisa mengatur keuangan saya karena saya orangnya boros atau kurang rasional”. (Selasa, 15 November 2022, wawancara dengan Ibu R selaku ibu rumah tangga di Kelurahan Kakaskasen II)

Penuturan di atas, dapat dijelaskan bahwa Ibu R mengarah pada kurang pentingnya sebuah perencanaan di dalam sebuah perilaku konsumsi. Kalau masalah perencanaan sebelum berbelanja Ibu R kurang respect karena Ibu R menganggap bahwa perencanaan itu tidak menjamin sebenarnya dimana barang yang direncanakan sebelumnya belum tentu ada. Sehingga Ibu R sering sekali melakukan pembelian secara spontan ketika berbelanja tanpa melakukan perencanaan atau memikirkannya terlebih dahulu, melakukan pembelian barang tanpa memikirkan manfaatnya kedepan serta tidak bisa mengatur keuangan dengan baik karena Ibu R kurang rasional sehingga Ibu R mudah dipengaruhi oleh diskon, promo, iklan dan tawaran-tawaran menarik lainnya saat berbelanja akibat mudah dipengaruhi diskon Ibu R menjadi konsumtif. Hal ini diperkuat oleh Ibu NP selaku ibu rumah tangga di Kelurahan Kakaskasen I dalam penuturannya mengatakan bahwa:

“Kalau saya berbelanja itu selalu secara tiba-tiba, karena disaat saya pergi ke pusat perbelanjaan saya tidak bisa melawan diri saya untuk tidak membeli barang tersebut walaupun sebenarnya barang tersebut belum saya butuhkan saat itu. Saya juga kalau belanja itu harus sesuai keinginan hati saya, kalau tidak saya tidak beli. Biasanya saya selalu membeli baju, sendal, sepatu, jaket, dan tas karena saya kalau pergi kemana-mana itu paling tidak dalam satu minggu itu barang yang saya pakai harus ganti-ganti tidak boleh dipakai dua kali seminggu intinya walaupun hanya ibu rumah tangga harus tetap modis dan harus tetap mengikuti perkembangan zaman saat ini. Apalagi ketika saya menyukai sesuatu itu terus tidak jadi saya beli saya bisa ke pikiran dan akan timbul rasa penyesalan dalam diri saya karena tidak jadi membeli barang tersebut. Tapi sebelum berbelanja biasanya saya cek uang saya dulu, kalau kurang saya pinjam ke teman atau tetangga saya. Kemudian uang yang saya pinjam itu saya akan bayar ketika saya sudah menerima uang bulanan dari suami saya.” (Selasa, 15 November 2022, wawancara dengan Ibu NP selaku ibu rumah tangga di Kelurahan Kakaskasen I)

Penuturan Ibu NP memberikan bukti nyata bahwa, setiap berbelanja selalu secara tiba-tiba karena ketika pergi ke pusat perbelanjaan Ibu NP tidak bisa melawan dirinya agar tidak membeli barang tersebut walaupun barang itu untuk sementara tidak dibutuhkan sekali. Dia juga setiap keluar harus gonta-ganti pakaiannya karena dia yakin bahwa setiap dia keluar dengan cara menggonta-ganti pakaiannya yang dia kenakan rasa percaya dirinya semakin tinggi sehingga orang yang melihat dia tidak menganggap remeh terhadap Ibu NP. Impulsif *buying* lainnya yang melekat di dalam dirinya adalah ketika berbelanja tidak pernah melihat harga karena baginya jika dia menyukai sesuatu dia langsung membelinya meskipun kekurangan uang, tetapi dia berusaha meminjam uang ke teman atau tetangganya sebelum pergi berbelanja.

b. *Non Rational Buying* (Mencari kesenangan semata)

Non rational buying (mencari kesenangan semata) merupakan suatu perilaku dimana konsumen ingin membeli barang yang dilakukan hanya semata-mata untuk mencari kesenangan diri dan kepuasan semata saja tanpa memikirkan harga. Salah satu yang dicari di dalam jenis ini adalah kenyamanan fisik yang dilatar belakangi oleh sifat merasa senang dan nyaman disaat memakai barang yang membuat dirinya menjadi tren. Hal ini dituturkan oleh Ibu A berikut ini:

“ Saya itu kalau belanja suka beli barang yang menarik atau bervariasi karena saya suka membeli barang yang belum pernah saya beli sebelumnya. Kalau ditanya, pernah memanjakan diri saat menerima uang bulanan dari suami, pernah sih. Contoh saya memanjakan diri saya adalah seperti pergi ke salon, Shopping, kumpul-kumpul sama teman dan lain sebagainya. Karena saya seorang istri butuh waktu untuk memanjakan diri agar terlihat menarik di mata orang lain dan tidak dianggap ketinggalan zaman atau setidaknya bisa mengikuti tren terkini. Saya juga suka belanja lewat online karena lebih praktis, mudah, cepat dan tidak memakan waktu atau tenaga. Selain itu, saya juga sering mengajak keluarga makan ke rumah makan sederhana karena harganya terjangkau dan bisa mengirit biaya yang penting keluarga Happy.” (Rabu, 16 November 2022, wawancara dengan Ibu A selaku ibu rumah tangga di Kelurahan Kakaskasen III)

Penuturan di atas mengatakan bahwa, Ibu A suka membeli barang yang menarik atau bervariasi karena suka mengoleksi barang yang unik. Sebab mengoleksi barang yang unik itu akan terlihat menarik dan mata melihatnya akan merasa nyaman. Ibu A juga selain suka membeli barang-barang yang bervariasi, ternyata Ibu A juga suka memanjakan diri dengan cara pergi ke salon, Shopping, kumpul-kumpul sama teman dan lain sebagainya yang membuat dirinya manja. Ibu A juga sering membuat dirinya agar terlihat menarik di mata orang lain dan selalu mengikuti trend terkini. Ibu A juga sering belanja online karena menurut dia belanja online itu lebih praktis, mudah, cepat dan tidak memakan waktu atau tenaga. Meskipun Ibu A suka belanja online, tetapi dia kadang menerima barang yang dia beli tidak sesuai dengan harapan. Selain itu, Ibu A juga sering mengajak keluarga makan keluar dengan memilih tempat makan yang sederhana karena harganya terjangkau. Hal ini juga diperkuat oleh Ibu S sebagai berikut:

“Saya sangat gemar berbelanja apalagi kalau ada model barang yang terbaru. Barang yang saya beli itu kadang sesuai kebutuhan saya dan ada juga sesuai keinginan saya. Karena saya kalau membeli barang itu tidak pernah melihat harga karena bagi walaupun cukup mahal, tetapi barang itu memiliki nilai guna yang dapat memberikan faedah kedepannya. selain shopping, saya sangat suka ke salon untuk memanjakan diri saya. Apalagi saya seorang ibu rumah tangga jadi saya butuh waktu dan uang untuk memanjakan diri saya agar terlihat lebih fresh. Walaupun suami saya bekerja hanya seorang buruh harian saja terus pendapatannya tidak menentu tetapi hal itu tidak membuat kami merasa tidak mampu, justru kami selalu suka makan diluar walaupun hanya memakan bakso kuah tetapi itu sudah membuat keluarga saya bahagia karena masih bisa menikmati makan bersama diluar. Ketika membeli barang saya juga lebih sering belanja langsung ke tokonya dibandingkan belanja online, karena kadang barang yang saya beli itu tidak sesuai dengan gambar yang dicantumkan di aplikasi.” (Rabu, 16 November 2022, wawancara dengan Ibu S selaku ibu rumah tangga di Kelurahan Kakaskasen I)

Penuturan di atas dapat dijelaskan bahwa, Ibu S sangat gemar berbelanja apalagi kalau ada model barang yang terbaru. Disaat berbelanja, kadang ada sesuai kebutuhan dan kadang sesuai keinginan, tetapi mayoritas kebanyakan sesuai keinginan lebih banyak dibeli. Meskipun mayoritas keinginan, tetapi selalu melihat manfaat dari barang tersebut kedepannya yang memiliki nilai guna walaupun harganya cukup mahal. Suka memanjakan diri agar terlihat lebih fresh, karena merasa sudah terlalu bekerja keras dalam melakukan kegiatan ibu rumah tangga dan butuh waktu untuk memanjakan diri sendiri. Ibu S berbeda dengan responden di atas, dimana Ibu S lebih suka berbelanja langsung ketokonya dibandingkan lewat online karena apa yang dicantumkan diaplikasi tidak sesuai dengan harapan. Walaupun demikian, keluarga Ibu S juga suka makan di Luar walaupun hanya memakan bakso kuah tetapi hal ini sudah membuat keluarga mereka bahagia karena masih bisa menikmati makan bersama diluar walaupun pendapatan keluarga Ibu S tidak besar.

a. *Wasteful Buying* (Melakukan pemborosan)

Wasteful buying atau melakukan pemborosan adalah suatu perilaku konsumsi sebagai salah satu perilaku boros yang dimana sering menghamburkan banyak uang tanpa adanya kebutuhan yang jelas sehingga sering disebut pemborosan. Biasanya orang yang boros, setiap berbelanja tidak pernah memikirkan harga dan bahkan tidak pernah menyesuaikan dengan kebutuhan pokok sehingga akan mengalami kelebihan. Hal ini diperoleh dari wawancara Ibu SS sebagai berikut:

“Terus terang ya saya tipe orang yang gemar berbelanja, seperti membeli perhiasan, pakaian dan perabotan rumah tangga setelah saya ikut arisan. Karena setiap arisan, biasanya teman-teman saya penampilannya sangat oke dibandingkan saya. Sejak itu, saya jadi hobi beli baju, tas, sepatu dan lainnya walaupun kadang barang yang saya beli tersebut tidak mahal yang penting dapat mengikuti trend pada saat ini. Saya selalu gonta-ganti pakaian saya setiap pertemuan agar saya tidak malu dong dengan mereka. Bukan cuman baju saja sih, kalau ada tas, sepatu atau perhiasan saya juga kenakan agar tetap menjadi terbaik di tim arisan saya. Jadi saya tidak mau kalah saing dengan teman-teman arisan saya. walaupun pendapatan suami saya tidak seberapa, dan hasil penjualan cabok saya tidak banyak tetapi saya tetap

berpenampilan yang terbaik agar dapat pujian ketika berkumpul dengan teman saya. Bagi saya itu tidak masalah karena saya membelinya dengan uang saya sendiri bukan dengan cara berhutang.” (Kamis, 17 November 2022, wawancara dengan Ibu SS yang memiliki usaha cabok kecil-kecilan di Kelurahan Kakaskasen III)

Hal ini dapat dijelaskan bahwa, Ibu SS sangat gemar berbelanja setelah dia ikut arisan. Setiap pertemuan, teman-teman ibu SS selalu berpenampilan menarik sedangkan Ibu SS hanya berpenampilan sederhana. Sejak itulah, Ibu SS hobbi beli baju, tas, sepatu dan lain sebagainya walaupun barang yang dia beli tidak terlalu mahal yang penting bisa menjadi yang terbaik digrupnya. Dia juga sering memakai perhiasan atau aksesoris lainnya agar penampilannya selalu dipuji dan agar tidak kalah saing juga dengan teman-teman arisannya yang lain yang penting membelinya dengan uang sendiri bukan cara berhutang. Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu M sebagai berikut:

“ Pengeluaran saya itu perbulan itu tidak menentu, saya lebih mengutamakan kebutuhan dapur dan biaya anak sekolah sih baru memenuhi keinginan pribadi saya atau kebutuhan lainnya. Tetapi kalau masalah menyawer orang saat di sela-sela acara saya sangat suka walaupun gak seberapa sih uangnya yang penting ada. Suami saya hanya bekerja sebagai petani, jadi pendapatannya sesuai hasil panen. Kalau ditanya suka belanja atau tidak, ya tentu suka pasti semua orang suka belanja. Suka belanja secara langsung sih kalau saya pribadi, barangnya bisa dikredit kalau online tidak bisa kredit. Sekarang banyak pedagang keliling yang menawarkan barang di mulai dari baju, peralatan dapur, peralatan rumah tangga, dan lain sebagainya. Awalnya sih saya cuman lihat-lihat saja tapi saat saya melihat model barang tersebut sangat bagus saya langsung ingin membelinya. Kebetulan bisa kredit, jadi biayanya bisa di cicil walaupun harganya sedikit mahal. Makanya kadang pendapatan dan pengeluaran saya itu tidak seimbang.” (Kamis, 17 November 2022, wawancara dengan Ibu M seorang kasir di salah satu cabang martabak Mas Narto di Kelurahan Kakaskasen II)

Penuturan di atas, menjelaskan bahwa Ibu M adalah orang yang mudah dipengaruhi oleh lingkungan dan model barang. Ibu M juga suka mencari perhatian orang lain saat ada acara yaitu menyawer orang ketika saat ada acara. Ibu M biasanya menyawer orang lain agar mendapat pujian dari para penonton. Selain itu, Ibu M juga selalu melakukan pemborosan dengan cara suka belanja secara berlebihan, dan suka melakukan kredit barang. Bahkan membuat pendapatan dan pengeluaran selalu tidak seimbang.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi lapangan mengenai perilaku konsumsi masyarakat pada gaya hidup hedonisme masyarakat menengah ke bawah di Kota Tomohon khususnya masyarakat milenial di Kelurahan Kakaskasen I, II dan III, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

a. *Impulsive Buying* (pembelian tanpa perencanaan/tiba-tiba)

Perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Kakaskasen I, II dan III berdasarkan *Impulsive Buying* adalah: (1) Lebih cenderung kepada melakukan pembelian secara spontan atau pembelian secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan sebelumnya, (2) Tidak mempertimbangkan harga dan kegunaan dari barang sebelum membeli, (3) Pembelian barang itu tanpa memikirkan manfaatnya kedepan, (4) Sering terjadi kebutuhan mendadak, kurang rasional, (5) Pinjam uang ketetangga, (6) sering gonta-ganti pakaian setiap keluar, (7) Sering dipengaruhi oleh diskon, promo, iklan dan tawaran-tawaran menarik lainnya saat berbelanja.

b. *Non Rational Buying* (mencari kesenangan semata)

Perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Kakaskasen I, II dan III berdasarkan *Non Rational Buying* adalah: (1) Sering membeli barang yang memiliki varian yang menarik atau bervariasi, (2) Sering memanjakan diri, (3) Suka belanja online berlebihan, (4) Sering mengajak keluarga makan di luar, (5) Membeli barang itu tidak pernah melihat harga, (6) Mencari kesenangan seperti mengunjungi pusat perbelanjaan, (7) Suka mencari perhatian orang lain.

c. *Wasteful Buying* (Melakukan Pemborosan)

Perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Kakaskasen I, II dan III berdasarkan *Wasteful Buying* adalah: (1) Gemar berbelanja, (2) Mengikuti trend, (3) Tidak mau kalah saing, (4) Belanja secara berlebihan, (5) Cenderung ikut-ikutan, (6) Dipengaruhi oleh lingkungan dan teman, (7) Suka menyawer orang, (8) Sering belanja online berlebihan, (9) Sering mentraktir orang lain, (10) Pembelian barang tidak pernah berpikir panjang, (11) Cenderung membeli barang yang mahal, (12) Suka kredit.

Saran

Masyarakat di Kelurahan Kakaskasen I, II dan III di Kota Tomohon, disarankan untuk lebih memperhatikan prinsip konsumsi ketika berbelanja. Supaya tidak terjadi pembelian secara tiba-tiba atau pembelian di luar perencanaan sebelumnya (*Impulsive Buying*), kemudian agar tidak terjadi lagi mencari kesenangan hanya semata yang akan merugikan diri sendiri atau kehidupan keluarga (*Non Rational Buying*), dan jangan terlalu memaksakan diri untuk memenuhi kebutuhan yang tidak penting misalnya menghindari yang berbaur dengan hutang atau kredit agar dapat menyeimbangkan pengeluaran dengan pendapatan (*Wasteful Buying*).

Masyarakat Kelurahan Kakaskasen I, II dan III di Kota Tomohon, disarankan juga untuk menyisihkan pendapatan ibu atau gaji suami untuk ditabung. Kalau misalnya suatu saat tiba-tiba butuh uang untuk keperluan mendesak yang memerlukan dana, langsung ada tanpa meminjam kepada orang lain.

Daftar Pustaka

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 17– 28.
- Alviyah, K., Pranawa, S., & Rahman, A. (2020). Perilaku Konsumsi Budaya Masyarakat dalam Tradisi Labuhan Ageng di Pantai Sembukan. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 2(2), 135 – 143.
- Boediono. 2010. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen pada Generasi Milenial di Era Pandemi Covid – 19 dengan Pengetahuan Ekonomi sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 183 – 192.
- Hanno, U. E. (2021). Gambaran perilaku Konsumtif Terhadap Busana pada Mahasiswa Selama Masa Pandemi (Covid 19). (Skripsi). Universitas Muhammyah Malang.
- Hasan, M., Arisah, N., & Rahmatullah. (2021). Literasi Ekonomi dan Pola Perilaku Konsumsi Masyarakat Kelas Menengah Ke Bawah di Era Adaptasi Kebiasaan Baru. *Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 158-174.
- Hayati. (2018). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Impulsive Buying pada Konsumen Matahari Department Store. (Skripsi). UIN Alauddin Makassar.
- Hidayani. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kesenangan Berbelanja, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Shopee. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Hidayati, S., Anwar, S., & Irham, S. (2019). Pola Perilaku Konsumsi Karyawan yang Bekerja di Sektor Formal (Studi pada Wilayah Kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat). *Jurnal Pendidikan, Hukum dan Bisnis*, 4(1), 1 – 8.
- Imansari, N. I. (2020). Praktikum Mengenai Kebutuhan atau Utilitas dalam Kehidupan Sehari-hari. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2), 85-93.
- Kesek, R., Sumual, T., & Miran, M. (2021). Evaluasi Pemahaman Pelaku UMKM Desa Kumelembuai Terhadap Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Akuntansi Manado*, 2(3), 335-344.

- Keynes, J. M. (1937). *The General Theory Of Employment, Interest, and Money*. London : Palgrave Macmillan.
- Kimbal, R. W. (2020). Peran Modal Sosial Dikalangan Pekerja Perempuan Dalam Penguatan Manajemen Usaha Industri Kecil. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 44-57.
- Kuswati, T. (2020). Bab 2 Tinjauan Teoritis A. Kajian Pustaka. Diakses pada 21 Juni 2022, dari file:///C:/Users/hp/Downloads/8.%20BAB%20%20TINJAUAN%20TEORITIS.pdf.
- Lodeng, A. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Santri Ma'had Al – Jami'ah UIN Raden Intan Lampung)*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Manorek, C. R., Kawulur, A. F., & Rumagit, M. C. (2021). Analisis Pengaruh Pendapatan Masyarakat Petani Kelapa Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Di Desa Rumoong Bawah Kecamatan Amurang Barat Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Equilibrium*, 2(3), 36-44.
- Martani, D., & Nainggolan, R. R. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nuraini, I. (2017). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang : UMM Press.
- Oktavia, R. (2018). *Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam*. (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Prasetyo, D., & Irwansyah. (2020). Memahami Masyarakat dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(1), 163 – 175.
- Rahardja, P. (2006). *Teori Ekonomi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rahman, A., & Fitrah, M. (2018). Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Islam di Kelurahan Barombong Kota Makassar. *Jurnal LAA MAISYIR*, 5(1), 18 – 43.
- Riduwan, A. (2022). Peran Moderasi Religiusitas pada Hubungan Adiksi Internet Terhadap Impulse Buying Online dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi penelitian pada Generasi Z UIN Raden Intan Lampung). (Skripsi). Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Rista, Y. (2021). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa di Kota Pekanbaru. *Jurnal JOM FISIP*, 8(1), 1 – 11.
- Rochani, R. T. (2018). Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping di Instagram pada Remaja. (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sari, S. (2018). Perilaku Konsumtif Remaja dalam Membeli Produk Fashion. (Skripsi). Universitas Negeri Jakarta.
- Soediyono. (2000). *Ekonomi Makro : Analisa IS-LM dan Permintaan-Penawaran Agregatif*. Yogyakarta : Liberty.
- Suciptaningsih, O. A. (2017). Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 25- 32.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sukirno, S. (2008). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Media Komunikasi dan Dakwah*, 11(1), 1 – 14.
- Tombeg, J. G. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Mahasiswa yang Berasal dari Minahasa. *Jurnal Psikopedia*, 2(1), 115 – 122.
- Winerungan, R. R. (2020). Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Pengelolaan Keuangan Sederhana Untuk Usaha Kecil Wanea Kota Manado. *Jurnal ABDIMAS*, 13(2), 39-46.

- Yasmin. (2020). Pengaruh Review Beauty Influencer di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Kecantikan (Survei pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surakarta. (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yusnir, V. (2021). Analisis Perilaku Konsumsi Remaja Padang Magek di Tinjau secara Perspektif Ekonomi Islam. (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.