

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN KELOMPOK REFERENSI DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF DI MASA PANDEMI**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada Jurusan
Psikologi Fakultas Psikologi**

Oleh :

GITA DEVI FIRLIANINGRUM

F 100 180 203

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN KELOMPOK REFERENSI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DI MASA PANDEMI**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

GITA DEVI FIRLIANINGRUM

F 100 180 203

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Rini Lestari, S. Psi., M. Si., Psikolog

NIDN. 0611056502

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN KELOMPOK REFERENSI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DI MASA PANDEMI

OLEH
GITA DEVI FIRLIANINGRUM
F100180203

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jumat, 12 Agustus 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Rini Lestari, S. Psi., M. Si., Psi
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Daliman, SU
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dra. Partini, M. Si., Psi
(Anggota II Dewan Penguji)

()

()

()



Dekan,

Prof. Taufik Katsuri, M.Si., Ph.D

NIK. 799

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 05 Agustus 2022

Penulis



GITA DEVI FIRLIANINGRUM

F100180203

HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN KELOMPOK REFERENSI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DI MASA PANDEMI

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan menguji hubungan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi. Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif korelasional. Instrumen pengumpulan data berupa skala perilaku konsumtif, skala konsep diri, serta skala kelompok referensi. Terdapat hubungan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19 merupakan hipotesis mayor penelitian ini. Terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19 merupakan hipotesis minor pertama dan terdapat hubungan positif antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19 merupakan hipotesis minor kedua. Subjek yang digunakan yaitu mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan Tinggi di wilayah Jawa Tengah yang pernah melakukan aktivitas belanja selama pandemi Covid-19 dengan jumlah 200 orang. *Purposive sampling* merupakan teknik sampling yang dipakai. Regresi ganda merupakan teknik analisis data yang dipakai. Berdasarkan hasil analisis didapat adanya hubungan signifikan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19, terdapat hubungan negatif signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19, dan terdapat hubungan positif signifikan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19. Besarnya sumbangan efektif variabel konsep diri dan kelompok referensi yaitu 36,9 %, dengan sumbangan variabel konsep diri 9,179 % dan sumbangan variabel kelompok referensi 27,702 %.

Kata kunci: Perilaku konsumtif, konsep diri, kelompok referensi.

Abstract

This study aims to examine the relationship between self-concept and reference groups with consumptive behavior during the pandemic. The approach used is correlational quantitative. Data collection instruments in the form of consumptive behavior scale, self-concept scale, and reference group scale. There is a relationship between self-concept and reference groups with consumptive behavior during the Covid-19 pandemic, which is the major hypothesis of this study. There is a negative relationship between self-concept and consumptive behavior during the Covid-19 pandemic, which is the first minor hypothesis and there is a positive relationship between the reference group and consumptive behavior during the Covid-19 pandemic, which is the second minor hypothesis. The subjects used are students who are pursuing higher education in the Central Java region who have done shopping activities during the Covid-19 pandemic with a total of 200 people. *Purposive sampling* is a sampling technique used. Multiple regression is a data analysis technique used. Based on the results of the analysis, it was found that there was a significant relationship between self-concept and the reference group with consumptive behavior during the Covid-19 pandemic, there was a significant negative relationship between self-concept and consumptive behavior during the Covid-19 pandemic, and there was a significant positive relationship between the reference group and behavior. consumers during the Covid-19 pandemic. The amount of effective contribution of self-concept variables and reference groups is 36.9%, with

the contribution of self-concept variables is 9.179% and the contribution of reference group variables is 27.702%.

Keywords: Consumptive behavior, self-concept, reference group.

1. PENDAHULUAN

Terhitung sejak bulan November 2019 Virus Corona mulai menyebar di kota Wuhan, China (BBC.com, 2020). Pemerintah melakukan sejumlah upaya untuk dapat menyelesaikan kondisi ini yaitu salah satunya dengan menyerukan *Social Distancing* (Buana, 2017). Menurut *Pricewaterhouse Cooper (PwC)* berdasarkan hasil survei mengenai *Global Consumer Insight 2020* dengan tema *Before and After the Covid-19 Outbreak* menunjukkan selama pandemi konsumen di Indonesia mengalami peningkatan pengeluaran, lima besar diantaranya merupakan produk kesehatan, bahan pangan, media dan hiburan, pengiriman makanan, dan perbaikan tempat tinggal atau kebutuhan berkebutuhan (Ismail et al., 2021). Menurut Laato et al. (2020) perilaku pembelian yang tidak biasa diamati pada Maret 2020 secara global terkait dengan persiapan karantina. Perilaku konsumtif yang diamati pada awal masa pandemi menunjukkan bahwa masyarakat membeli barang-barang yang berkaitan dengan perlindungan kesehatan (*hand sanitizer*) dan persiapan untuk menghabiskan waktu yang lama di rumah (kertas toilet dan makanan kaleng).

Perilaku konsumtif sewajarnya memiliki tingkat yang rendah pada masyarakat, namun kenyataannya tingkat perilaku konsumtif tinggi. Kondisi ideal yang diharapkan yaitu perilaku membeli barang sesuai kebutuhan bukan keinginan. Islamia & Purnama (2022) menyebutkan mahasiswa termasuk dalam kategori tinggi dan sedang dalam berperilaku konsumtif di masa pandemi masing-masing 42,9%. Hasil penelitian Ramadati (2021) didapat hasil mahasiswa yang berlangganan kartu perdana Telkomsel pada program studi Ekonomi Syariah angkatan 2017-2018 sebesar 83% melakukan perilaku konsumtif dalam membeli serta menggunakan kuota internet selama masa pandemi covid-19. Penelitian Permanda (2022) menunjukkan hasil selama pandemi terdapat peningkatan dalam pembelian *smartphone* yaitu sebanyak 70,5% mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim angkatan 2018 melakukan perilaku konsumtif dengan membeli *smartphone* karena pengaruh keinginan.

Perilaku konsumtif memiliki urgensi untuk diteliti karena perilaku konsumtif mengakibatkan *shopilimia* atau *compulsive buying disorder* yaitu kondisi dimana seseorang tidak dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan (Effendi, 2016). Selain itu perilaku konsumtif memberikan sejumlah dampak buruk seperti berperilaku boros Pariwang (2018), tidak bisa

menabung untuk kebutuhan masa depan Islamiyati (2020), dan berkurangnya produktivitas akademik pada mahasiswa (Khoirunnas, 2017).

Perilaku konsumtif adalah memakai suatu barang dengan tidak tuntas, yang artinya membeli barang yang sama dengan merek yang berbeda padahal barang yang sudah dimiliki belum habis terpakai (Sumartono, 2002). Adapun indikator dari perilaku konsumtif yaitu: Menggunakan barang karena hadiahnya, menggunakan barang dengan bungkus memikat, menggunakan barang untuk mempertahankan *fashion* dan prestise, membeli barang berdasarkan harga bukan fungsi, membeli barang untuk menunjukkan status, menggunakan barang karena mengikuti iklan, menganggap memakai barang dengan harga yang mahal membuat lebih percaya diri, menggunakan lebih dari satu produk dalam waktu bersamaan dengan merek yang tidak sama (Sumartono, 2002). Timbulnya perilaku konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Setiadi (2019) keputusan pembelian konsumtif disebabkan oleh faktor budaya, faktor psikologis, faktor pribadi, dan faktor sosial. Faktor budaya terdiri dari kebudayaan, sub-budaya, dan kelas sosial. Faktor psikologis terdiri dari motivasi, sikap, persepsi, kepercayaan, dan motivasi. Faktor pribadi yaitu umur dan tahapan dalam siklus hidup, kepribadian, konsep diri, gaya hidup, pekerjaan, dan kondisi ekonomi. Kemudian faktor sosial yaitu kelompok referensi, peran status, dan keluarga.

Salah satu faktor perilaku konsumtif yaitu berasal dari pribadi individu yakni konsep diri yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Menurut McNeill & Moore dan McNeill & Venter dalam Alevizou et al. (2020) perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh konsep diri karena individu menggunakan barang sebagai simbol untuk meningkatkan atau melindungi konsep diri mereka. Konsep diri yaitu pemahaman individu mengenai dirinya, konsep, dan penilaian terhadap diri sendiri serta gambaran dirinya menurut orang lain dan gambaran diri yang diinginkan individu berdasarkan pengamatan dan penilaian lingkungan sekitar (Burns, 1993). Aspek konsep diri menurut Burns (1993) yakni aspek keyakinan atau kognitif, afektif atau emosional, evaluasi, dan kecenderungan memberi respon. Konsep diri dipengaruhi oleh interaksi dengan orang lain melalui komparasi sosial, pembentukan dan perubahan konsep diri seseorang dapat dipengaruhi oleh apa yang ia dengar, rasakan, dan alami di lingkungannya (Rahman, 2014).

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu berasal dari lingkungan sosial individu yakni kelompok referensi atau kelompok dimana seseorang menjadikan panutan dalam melakukan suatu hal. Kelompok Referensi adalah kelompok yang berpengaruh baik secara

langsung maupun tak langsung terhadap perilaku individu (Kotler, 2002). Kelompok referensi merupakan kelompok yang berpengaruh baik secara langsung maupun tak langsung pada perilaku seseorang (Kotler & Armstrong, 1995). Berdasarkan teori Kotler (2002), kelompok referensi terbagi menjadi dua golongan yaitu kelompok keanggotaan dan kelompok di luar keanggotaan. Yang termasuk kelompok keanggotaan yaitu kelompok primer (teman, rekan kerja, keluarga, tetangga) serta kelompok sekunder (kelompok agama, profesional, dan asosiasi perdagangan). Sedangkan kelompok di luar keanggotaan terdiri dari kelompok aspirasional dan kelompok disosiatif. Alasan seorang individu ingin bergabung dengan suatu kelompok referensi karena untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya. Menurut Fishbein & Ajzen dalam Atik (2018) berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* intensi seseorang untuk berperilaku dipengaruhi faktor *Attitude toward behaviour*, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Perilaku konsumtif yang dilakukan seseorang karena pengaruh kelompok referensinya dipengaruhi oleh norma subjektif karena individu akan mempertimbangkan apakah yang ia lakukan akan diterima oleh lingkungannya atau tidak.

Konsep diri merupakan citra diri atau gambaran diri seorang individu terhadap diri nya sendiri. Kadani (2018) menjelaskan bahwa faktor psikologis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, seperti motivasi yaitu tendensi individu tidak menggunakan faktor logika saat membeli barang, persepsi individu yang menyebabkan seseorang bertindak rasional atau tidak. Sehingga dalam membeli barang individu yang dapat mengendalikan diri dengan konsep diri nya yang baik akan membeli barang karena keperluan bukan sekadar keinginan belaka. Kelompok referensi merupakan kelompok yang mempengaruhi keputusan yang akan diambil individu. Anutan, kebiasaan, dan penjelasan orang tua untuk anak-anak mereka diperlukan untuk menumbuhkan pemikiran untuk tidak berperilaku konsumtif (Novitasari & Septiana, 2021). Kelompok teman sebaya berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif (Pohan et al., 2021).

Berdasarkan teori Sumartono (2002) konsep diri termasuk dalam faktor internal perilaku konsumtif dan kelompok referensi termasuk dalam faktor eksternalnya. Konsep diri berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif (Faradila (2018); Wijayanti & Astiti (2017); Syaifudin (2018)). Artinya makin rendah konsep diri seseorang maka makin tinggi perilaku konsumtif nya. Kelompok referensi memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap perilaku konsumtif (Melianty et al. (2018); Ridhayani & Johan (2020)). Maka semakin kuat ikatan dengan kelompok referensi maka semakin besar kemungkinan terlibat dalam perilaku konsumtif.

Penelitian ini ingin menguji hubungan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi. Perbedaan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Sumbaga & Ilena (2021) yaitu penelitian tersebut dilakukan pada awal masa pandemi sedangkan penelitian ini dilakukan setelah pandemi berlangsung cukup lama sehingga hasil dari penelitianpun akan mengalami perbedaan. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan Prakoso (2020) yaitu pada penelitian ini ditambahkan penggunaan variabel kelompok referensi, serta penelitian tersebut tidak dilakukan pada masa pandemi. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Dewi (2018) menggunakan variabel yang tidak sama dari penelitian ini yaitu pada variabel konsep diri.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi?”. Selanjutnya penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi.

Hipotesis mayor penelitian ini adalah terdapat hubungan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19. Hipotesis minor nya yaitu “Terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19” dan “Terdapat hubungan positif antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19”.

Manfaat teoritis penelitian ini yaitu menambah bukti ilmiah tentang hubungan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi, sehingga dapat menjadi acuan pengembangan ilmu pengetahuan terkhusus pada bidang psikologi industri dan organisasi. Sedangkan manfaat praktisnya adalah dapat menambah wawasan mahasiswa untuk bisa mengurangi perilaku konsumtif. Dalam bidang Industri dan Organisasi hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai strategi dalam penjualan produk Sebagai rujukan penelitian lainnya mengenai hubungan konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi.

2. METODE

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif korelasional dengan instrumen pengumpulan data yang berupa skala. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu perilaku konsumtif, sedangkan variabel bebas nya yaitu konsep diri dan kelompok referensi.

Perilaku konsumtif adalah tindakan memakai barang dengan lebih mempertimbangkan keinginan daripada keperluan yang diukur dengan skala perilaku konsumtif. Makin tinggi skor

skala perilaku konsumtif, maka makin tinggi pula perilaku konsumtifnya, sebaliknya makin rendah skor skala perilaku konsumtif maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Skala perilaku konsumtif diadaptasi dari penelitian Yunita (2014) berdasarkan teori Sumartono (2002) dengan 21 butir pernyataan yang terdiri dari 12 aitem favorable dan 9 aitem unfavorable. Skala ini terdiri dari indikator menggunakan barang karena hadiahnya, menggunakan barang dengan bungkus memikat, menggunakan barang untuk mempertahankan fashion dan prestise, membeli barang berdasarkan harga bukan fungsi, membeli barang untuk menunjukkan status, menggunakan barang karena mengikuti iklan, menganggap memakai barang dengan harga yang mahal membuat lebih percaya diri, menggunakan lebih dari satu produk dalam waktu bersamaan dengan merek yang tidak sama.

Konsep diri adalah pemahaman individu mengenai dirinya, konsep, dan penilaian terhadap diri sendiri serta gambaran dirinya menurut orang lain dan gambaran diri yang diinginkan individu berdasarkan pengamatan dan penilaian lingkungan sekitar yang diukur dengan skala konsep diri. Makin tinggi skor skala konsep diri maka makin tinggi pula konsep dirinya, sebaliknya makin rendah skor skala konsep diri maka makin rendah konsep dirinya. Skala konsep diri diadaptasi dari penelitian Tunnisa (2019) yang dibuat berdasarkan teori Burns (1993) dengan 23 butir pernyataan yang terdiri dari 13 aitem favorable dan 10 aitem unfavorable. Skala ini terdiri dari aspek keyakinan atau kognitif, afektif atau emosional, evaluasi, dan kecenderungan memberi respon, untuk mengukur tingkat konsep diri.

Kelompok referensi adalah kelompok yang berpengaruh baik secara langsung atau tidak langsung terhadap perilaku individu yang diukur dengan skala kelompok referensi. Makin tinggi skor skala kelompok referensi maka makin tinggi pula pengaruh kelompok referensi, sebaliknya makin rendah skor skala kelompok referensi maka makin rendah pula pengaruh kelompok referensi. Skala kelompok referensi diadaptasi dari penelitian Harahap (2016) berdasarkan teori Kotler (2002) dengan 20 butir pernyataan yang terdiri dari 10 aitem favorable dan 10 aitem unfavorable. Skala disusun berdasarkan yang termasuk jenis kelompok referensi menurut Kotler (2002) yaitu teman dan keluarga, untuk mengukur tingkat kelompok referensi.

Populasi yang digunakan yaitu mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan tinggi di wilayah Jawa Tengah yang pernah melakukan aktivitas belanja selama pandemi Covid-19. Sampel pada penelitian ini yaitu 200 mahasiswa yang melakukan aktivitas belanja selama pandemi. Teknik

pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana peneliti menetapkan karakteristik tertentu (Siregar, 2017).

Validitas yang dipakai adalah content validity. Pengujian validitas isi pada penelitian ini menggunakan teknik Expert Judgement. Berdasarkan perhitungan menggunakan formula Aiken's validitas pada variabel perilaku konsumtif sebesar 0,75 menghasilkan 2 aitem gugur dan 21 aitem valid. Validitas pada variabel konsep diri sebesar 0,75 menghasilkan 9 aitem gugur dan 23 aitem valid. Validitas pada variabel kelompok referensi 0,75 – 0,83 menghasilkan 20 aitem dinyatakan valid. Reliabilitas yang digunakan yaitu Cronbach Alpha. Hasil reliabilitas yang didapat setelah melakukan uji realibilitas pada skala Perilaku Konsumtif yaitu 0,66. Pada skala konsep diri yaitu 0,81. Pada skala kelompok referensi yaitu 0,78. Sehingga ketiga skala pada penelitian ini dinyatakan reliabel. Analisis data yang dipakai adalah regresi ganda. Jenis analisa ini dipergunakan untuk menguji hubungan fungsional antara beberapa variabel bebas dengan satu variabel terikat atau variabel kriteriumnya (Hartono, 2019).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Uji normalitas pada penelitian ini menghasilkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada variabel perilaku konsumtif sebesar 0,302 atau $p > 0,05$ yang berarti sebaran data variabel perilaku konsumtif dikatakan memenuhi syarat distribusi normal. Pada variabel konsep diri sebesar 0,362 atau $p > 0,05$ yang artinya sebaran data variabel konsep diri memenuhi syarat distribusi normal. Pada variabel kelompok referensi sebesar 0,025 atau $p < 0,05$ yang artinya sebaran data variabel kelompok referensi belum memenuhi syarat distribusi normal. Namun karena pada penelitian ini jumlah sampel cukup besar ($n > 50$), maka distribusi sampel mean akan mendekati distribusi normal (Kumaidi & Manfaat, 2002).

Uji linearitas penelitian ini menghasilkan pada variabel perilaku konsumtif dan konsep diri menghasilkan nilai $(F) = 25,304$ dengan nilai *Linearity sig* sebesar 0,000 atau $p < 0,05$. Kemudian nilai $(F) = 1,344$ dengan nilai *Deviation from linearity sig* sebesar 0,122 atau $p > 0,05$. Pada variabel perilaku konsumtif dan kelompok referensi menghasilkan nilai $(F) = 85,430$ dengan nilai *Linearity sig* sebesar 0,000 atau $p < 0,05$. Kemudian nilai $(F) = 1,282$ dengan nilai *Deviation from linearity sig* sebesar 0,158 atau $p > 0,05$. Sehingga kesimpulannya variabel konsep diri dan variabel perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear, begitu

juga dengan variabel kelompok referensi dan variabel perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear.

Hasil uji hipotesis mayor diperoleh nilai $F = 57,519$, nilai koefisien korelasi ($r = 0,607$), dengan Sig. 0,000 atau $p < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif. Maka hipotesis mayor yang diajukan oleh peneliti dapat diterima. Hasil uji hipotesis minor diperoleh korelasi konsep diri dan perilaku konsumtif ($r = -0,329$) dengan taraf sig 0,000 atau $p < 0,05$, yang artinya terdapat hubungan negatif signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis minor pertama pada penelitian ini diterima. Kemudian pada tabel korelasi diperoleh korelasi antara kelompok referensi dan perilaku konsumtif ($r = 0,540$) dengan taraf sig 0,000 atau $p < 0,05$, yang artinya terdapat hubungan positif yang signifikan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif. Maka dapat dikatakan hipotesis minor kedua diterima.

Sumbangan efektif yang diberikan pada variabel konsep diri dan kelompok referensi dalam mempengaruhi perilaku konsumtif menunjukkan hasil 0,369 atau 36,9 %. Dengan variabel konsep diri sebanyak 9,179 % dan variabel kelompok referensi sebanyak 27,702 %. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kelompok referensi memiliki pengaruh lebih dominan terhadap variabel konsep diri.

Hasil perhitungan analisis dapat dikategorikan menjadi sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Variabel perilaku konsumtif mempunyai rerata empirik sebanyak 45,26 dan rerata hipotetik sebesar 52,5 yang berarti perilaku konsumtif mahasiswa di Jawa Tengah melalui media selama pandemi tergolong rendah. Kategorisasi perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1. Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Skor Interval	Kategori	Rerata Hipotetik (RH)	Rerata Empirik (RE)	Frekuensi (ΣN)	Persentase (%)
$X < 36,75$	Sangat rendah			21	10,5%
$36,75 < X \leq 47,25$	Rendah		45,26	104	52%
$47,25 < X \leq 57,75$	Sedang	52,5		0	0%
$57,75 < X \leq 68,25$	Tinggi			72	36%
$68,25 < X$	Sangat Tinggi			3	1,5%
Jumlah				200	100 %

Pada variabel konsep diri memiliki rerata empirik sebanyak 75,8 dan rerata hipotetik sebesar 57,5 yang artinya konsep diri yang dimiliki oleh mahasiswa di Jawa Tengah selama pandemi tergolong sangat tinggi. Berikut kategorisasi konsep diri pada tabel 2 :

Tabel 2. Kategorisasi Konsep Diri

Skor Interval	Kategori	Rerata Hipotik (RH)	Rerata Empirik (RE)	Frekuensi (ΣN)	Persentase (%)
$X \leq 40,25$	Sangat rendah			0	0%
$40,25 < X \leq 51,75$	Rendah			0	0%
$51,75 < X \leq 63,25$	Sedang	57,5		10	5%
$63,25 < X \leq 74,75$	Tinggi			74	37%
$74,75 < X$	Sangat Tinggi		75,8	116	58%
Jumlah				200	100%

Pada variabel kelompok referensi memiliki rerata empirik sebanyak 44,65 dan rerata hipotetik sebesar 50 yang artinya pengaruh kelompok referensi yang dimiliki oleh mahasiswa di Jawa Tengah selama pandemi tergolong rendah. Kategorisasi kelompok referensi dapat dilihat pada tabel 3:

Tabel 3. Kategorisasi Kelompok Referensi

Skor Interval	Kategori	Rerata Hipotik (RH)	Rerata Empirik (RE)	Frekuensi (ΣN)	Persentase (%)
$X \leq 35$	Sangat rendah			24	12%
$35 < X \leq 45$	Rendah		44,65	83	41,5%
$45 < X \leq 55$	Sedang	50		80	40%
$55 < X \leq 65$	Tinggi			13	6,5%
$65 < X$	Sangat Tinggi			0	0%
Jumlah				200	100%

3.2 Pembahasan

Penelitian ini mendapat hasil diterimanya hipotesis mayor yang diajukan peneliti yaitu adanya hubungan yang signifikan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi. Hal tersebut didapat dari nilai korelasi taraf sig. sebesar $i0,000$

atau $p < 0,05$ serta memiliki nilai $F = 157,519$. Sesuai hasil penelitian Nurhaini (2018) yang menyebutkan bahwa konsep diri berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Begitu juga dengan penelitian Dewi (2018) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif, semakin tinggi kelompok referensi maka makin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Rerata empirik variabel perilaku konsumtif sebanyak 45,26 dan rerata hipotetik sebanyak 52,5 yang berarti perilaku konsumtif yang dimiliki oleh mahasiswa di Jawa Tengah selama pandemi tergolong rendah. Dengan hasil yaitu terdapat 21 orang (10,5%) termasuk kategori sangat rendah, 104 orang (52%) termasuk kategori rendah, 72 orang (36%) tergolong kategori tinggi, dan 3 orang (1,5%) tergolong kategori sangat tinggi. Hal tersebut dapat diartikan mahasiswa di Jawa Tengah tidak memenuhi indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) yaitu menggunakan barang karena hadiahnya, menggunakan barang dengan bungkus memikat, menggunakan barang untuk mempertahankan fashion dan prestise, membeli barang berdasarkan harga bukan fungsi, membeli barang untuk menunjukkan status, menggunakan barang karena mengikuti iklan, menganggap memakai barang dengan harga yang mahal membuat lebih percaya diri, menggunakan lebih dari satu produk dalam waktu bersamaan dengan merek yang tidak sama. Dengan kata lain mahasiswa di Jawa Tengah menjalankan gaya hidup hemat yaitu bagaimana seseorang dapat menggunakan uang yang mereka miliki untuk membeli barang-barang yang benar-benar mereka butuhkan (Pangestuti, 2019).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis minor pertama yaitu antara variabel konsep diri dengan perilaku konsumtif yang diajukan oleh peneliti dapat diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil korelasi (r) = -0,329 dengan taraf sig $< 0,000$ atau $p < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif, yang berarti bahwa semakin tinggi konsep diri yang dimiliki seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Syaifudin (2018) disebutkan terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara konsep diri dan perilaku konsumtif. Sesuai dengan aspek konsep diri menurut Burns (1993) yaitu aspek keyakinan atau kognitif, afektif atau emosional, evaluasi, dan kecenderungan memberi respon maka faktor psikologis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, seperti motivasi yaitu tendensi individu tidak menggunakan faktor logika saat membeli barang, persepsi individu yang menyebabkan

seseorang bertindak rasional atau tidak (Kadeni, 2018). Sehingga dalam membeli barang, individu yang dapat mengendalikan diri dengan konsep dirinya yang baik akan membeli barang karena keperluan bukan sekadar keinginan belaka.

Rerata empirik variabel konsep diri sebanyak 75,8 dan rerata hipotetik sebanyak 57,5 yang berarti konsep diri yang dimiliki oleh mahasiswa di Jawa Tengah selama pandemi tergolong sangat tinggi. Dengan hasil yaitu terdapat 10 orang (5%) termasuk kategori sedang, 74 orang (37%) tergolong kategori tinggi, dan 116 orang (58%) tergolong kategori sangat tinggi. Hal tersebut juga telah mencakup aspek dari konsep diri yaitu aspek keyakinan atau kognitif, afektif atau emosional, evaluasi, dan kecenderungan memberi respon (Burns, 1993). Mahasiswa di Jawa Tengah memiliki anggapan keyakinan, emosional, evaluasi, dan kecenderungan memberi respon yang baik akan dirinya sehingga konsep diri yang dimiliki tergolong sangat tinggi. Konsep diri yang sangat tinggi ini perlu dipertahankan untuk dimiliki individu karena individu dengan konsep diri yang positif dapat melihat dirinya dengan positif, berani mencoba dan mengambil resiko, optimis, serta percaya diri (Nurhaini, 2018), sehingga dalam membeli barang tidak menghiraukan bagaimana tanggapan orang lain, tidak berusaha mengikuti lingkungan sekitar, dan memiliki rasa percaya diri untuk membeli barang sesuai kebutuhan.

Kemudian hasil pengujian hipotesis minor kedua yaitu antara variabel kelompok referensi dengan perilaku konsumtif yang diajukan oleh peneliti dapat diterima. Hal tersebut bisa diamati dari hasil korelasi ($r = 0,540$) dengan $\text{sig } 0,000$ atau $p < 0,05$. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi pengaruh kelompok referensi maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif seseorang. Hal tersebut sesuai hasil penelitian Melianty et al. (2018) yang menyebutkan terdapat pengaruh yang signifikan positif antara kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Seperti hasil penelitian yang dilakukan Ridhayani & Johan (2020) yang menyatakan bahwa kelompok referensi berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif yang berarti semakin kuat ikatan dengan kelompok referensi maka semakin besar kemungkinan terlibat dalam perilaku konsumtif. Menurut hasil penelitian Ismawati (2020) disebutkan bahwa kelompok referensi dan life style merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan memiliki pengaruh yang positif signifikan, maka untuk mengurangi perilaku konsumtif perlu memilih kelompok sosial yang tepat dan memberi

pengaruh positif. Yang termasuk jenis kelompok referensi menurut Kotler (2002) yaitu teman dan keluarga, maka teman dan keluarga berpengaruh secara signifikan positif terhadap perilaku konsumtif seseorang. Anutan, kebiasaan, dan penjelasan orang tua untuk anak-anak mereka diperlukan untuk menumbuhkan pemikiran untuk tidak berperilaku konsumtif (Novitasari & Septiana, 2021). Kelompok teman usia memiliki pengaruh signifikan positif kepada perilaku konsumtif (Pohan et al., 2021).

Rerata empirik variabel kelompok referensi sebanyak 44,65 dan rerata hipotik sebanyak 50, artinya kelompok referensi yang dimiliki oleh mahasiswa di Jawa Tengah selama pandemi tergolong rendah. Dengan hasil yaitu terdapat 24 orang (12 %) tergolong kategori sangat rendah, 83 orang (41,5 %) tergolong kategori rendah, 80 orang (40 %) tergolong kategori sedang, dan 13 orang (6,5%) tergolong kategori tinggi. Kelompok referensi yang tergolong rendah menunjukkan mahasiswa di Jawa Tengah tidak terpengaruh kelompok referensinya dalam perilaku membeli barang. Seperti yang dijelaskan Setiadi (2019) pengaruh peniruan terhadap perilaku konsumtif dijelaskan bahwa individu akan dipengaruhi kelompok referensinya dalam tiga cara yaitu menunjukkan gaya hidup baru, pemilihan produk atau merek yang dipengaruhi oleh tekanan untuk menempatkan diri, dan mempengaruhi konsep diri serta sikap, maka berarti mahasiswa di Jawa Tengah dalam melakukan perilaku konsumtif tidak terpengaruh gaya hidup kelompok referensinya, tidak mengikuti pemilihan produk kelompok referensinya, dan tidak terpengaruh konsep diri serta sikapnya dengan kata lain mahasiswa di Jawa Tengah dalam berperilaku konsumtif menggunakan pertimbangan berdasarkan dirinya sendiri. Rendahnya pengaruh kelompok referensi dalam berperilaku konsumtif pada mahasiswa patut dipertahankan karena individu sebaiknya membeli suatu barang karena kebutuhan mereka sendiri. Kelompok referensi berpengaruh kuat kepada individu dikarenakan akan membentuk kepribadian dan perilakunya (Sumartono, 2002) maka pengaruh yang baik dari kelompok referensi diperlukan untuk membentuk pribadi individu yang tidak berperilaku konsumtif. Namun dari sisi perusahaan atau produsen, pengaruh kelompok referensi yang rendah perlu ditingkatkan guna meningkatkan angka penjualan produk. Kelompok referensi yang berguna untuk perusahaan dalam meningkatkan angka penjualan misalnya kelompok public figure, grup hobi, dan grup asosiasi profesional. Dengan memahami pemikiran konsumen dan fenomena pengaruh yang diberikan kelompok referensi perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan dan keinginan pasar, misalnya produsen

mengetahui bahwa pakaian adalah sesuatu yang digunakan konsumen selama berinteraksi sosial maka mereka dapat menciptakan dan mengkomunikasikan nilai yang mereka bawa pada produk ke konsumen dengan lebih baik (Schulz, 2015).

Dari hasil penelitian ini menunjukkan adanya hasil sumbangan efektif variabel sebesar 36,9%. Dengan sumbangan dari variabel konsep diri sebanyak 9,179% dan sumbangan variabel perilaku konsumtif sebesar 27,702%. Hal tersebut sesuai teori Sumartono (2002) yang menyatakan faktor internal dan eksternal merupakan faktor yang memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif. Faktor internal dari perilaku konsumtif terdiri dari konsep diri, motivasi, obsesi, kepribadian, harga diri, dan proses belajar. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari keluarga, budaya, kelompok referensi, dan kelas sosial. Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel kelompok referensi memiliki pengaruh yang lebih dominan daripada variabel konsep diri. Kelompok referensi lebih dominan pengaruhnya daripada konsep diri terhadap perilaku konsumtif karena individu cenderung mendengarkan pertimbangan atau meniru kelompok referensinya dalam berperilaku konsumtif meskipun ia memiliki gambaran yang baik akan dirinya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Pohan et al., 2021) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif dari kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif dan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari konsep diri kepada perilaku konsumtif.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan yaitu proses pengambilan data yang dilakukan hanya menggunakan google form sehingga peneliti tidak bisa menyebarkan kuesioner secara langsung dan mengamati pengisian kuesioner secara langsung untuk memastikan responden mengisi kuesioner dengan sungguh-sungguh. Kemudian jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti dikarenakan tidak diketahui berapa jumlah keseluruhan mahasiswa di universitas Jawa Tengah yang melakukan aktivitas belanja selama pandemi.

4. PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara konsep diri dan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19. Terdapat hubungan negatif signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19 dan terdapat hubungan positif signifikan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19. Perilaku konsumtif mahasiswa di Jawa Tengah di masa pandemi termasuk kategori rendah, konsep diri mahasiswa di Jawa Tengah sangat tinggi, dan kelompok referensi

mahasiswa di Jawa Tengah rendah. Variabel kelompok referensi lebih dominan pengaruhnya daripada konsep diri terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan pemaparan hasil dan pembahasan, maka saran bagi mahasiswa diharapkan tetap mempertahankan konsep diri yang sangat tinggi dengan menanamkan rasa percaya diri dan pikiran positif mengenai diri sehingga dapat secara konsisten meminimalisir perilaku konsumtif yang dilakukan. Mahasiswa juga sebaiknya mempertahankan minimnya pengaruh negatif kelompok referensi dalam berperilaku konsumtif dengan cara menanamkan pada diri lebih mengutamakan membeli barang sesuai kebutuhan bukan karena pengaruh dari kelompok referensinya, serta mencari kelompok referensi dengan nilai-nilai yang dapat memberikan pengaruh dalam menurunkan tingkat perilaku konsumtif. Bagi Industri dan Organisasi hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai strategi dalam penjualan produk. Misalnya membuat produk dengan citra yang baik dan dirancang dapat meningkatkan konsep diri konsumen jika membelinya, seperti produk yang dapat meningkatkan rasa percaya diri. Perusahaan juga dapat menggunakan kelompok referensi konsumen untuk meningkatkan angka penjualan dengan cara mengiklankan produk melalui *public figure* yang sedang *trending* dan sesuai dengan nilai yang diusung produk, serta memanfaatkan kelompok referensi lainnya seperti grup hobi dalam pemasaran produk. Kemudian bagi penelitian selanjutnya, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian. Serta diharapkan dapat melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif dengan variabel dan kondisi lain yang dapat mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alevizou, P., Henninger, C. E., Stokoe, J., & Cheng, R. (2020). The hoarder, the oniomaniac and the fashionista in me: A life histories perspective on self-concept and consumption practices. *Journal of Consumer Behaviour*, 913–922. <https://doi.org/10.1002/cb.1916>
- Atik, H. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Akuntansi untuk Melakukan Pengungkapan Kecurangan (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)* [Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/3979>
- BBC.com. (2020). *Kajian kasus di Wuhan muncul sejak akhir Agustus, China sebut hasil itu "sebagai hal yang konyol."* BBC.Com. <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-52977852>
- Buana, R. D. (2017). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *Sosial Dan Budaya, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta*, 53(9), 1689–1699.
- Burns, R. B. (1993). *Konsep Diri*. Arcan.

- Dewi, W. P. (2018). *Hubungan Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Kos. Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.*
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Faradila, D. A. (2018). *Hubungan konsep diri dan perilaku konsumtif online shopping produk pakaian pada mahasiswa*. 1–64.
- Harahap, D. P. (2016). *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Batu Akik*. Universitas Sumatera Utara.
- Hartono. (2019). *Metodologi Penelitian Dilengkapi Analisis Regresi dan Path Analysis dengan IBM SPSS Statistics Version 25*. Zanafa Publishing.
- Islamia, I., & Purnama, M. pedy. (2022b). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada MAsa Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4, 95–103.
- Islamiyati, S. N. (2020). *Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Produk Online Shopping pada Mahasiswa*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Ismail, A. R. N., Noviartati, K., Syahril, & Fikri, A. R. (2021). Investasi Digital Sebagai Solusi Mengurangi Perilaku Konsumtif Milenial Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4, 125–136.
- Ismawati, D. (2020). *Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi SMK Negeri 16*. Universitas Negeri Jakarta.
- Kadeni, N. S. (2018). Pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Equilibrium*, 6. <http://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>
- Khoirunnas. (2017). Pola Konsumtif Mahasiswa di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/183684-ID-pola-konsumtif-mahasiswa-di-kota-pekanba.pdf>.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Pearson Education Asia & PT Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1995). *Dasar-dasar Pemasaran*. Intermedia.
- Kumaidi, & Manfaat, B. (2002). *Pengantar Metode Statistika (Teori dan Terapan dalam Penelitian Bidang Pendidikan dan Psikologi)*. Eduvision.
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Farooq, A., & Dhir, A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Melianty, Suratno, & Idrus, A. (2018). Pengaruh Iklan dan Kelompok Referensi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Batanghari. *Jurnal*

Ilmiah Pendidikan Ekonomi *Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(2), 111–128.
<http://journal.stkipnurulhuda.ac.id>

- Novitasari, A. T., & Septiana, A. (2021). Pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4, 64–73.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah PSikologi*, 6(1).
- Pangestuti, W. N. (2019). *Dinamika Psikologi Gaya Hidup Hemat Dikalangan Mahasiswa*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pariwang. (2018). Modernitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa UNISMUH Makassar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., ii, 1–21.
- Permanda, A. (2022). *Analisis Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Smartphone Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Pohan, M. (Universitas M. S. U., Utara), J. (Universitas S., & Annisa, A. (Universitas S. U. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 402–419.
- Prakoso, A. (2020). *Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Kosmetik pada Remaja Putri*. Unika Soegijapranata Semarang.
- Rahman, A. A. (2014). *Psikologi Sosial: Integrasi Pengetahuan Wahyu dan Pengetahuan Empirik* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Ramadati, P. (2021). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Pembelian Kuota Internet Selama Pandemi Covid-19 (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Angkatan 2017-2018)*. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29–45. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.1.29-45>
- Schulz, H. M. (2015). Reference Group Influence in Consumer Role Rehearsal Narratives. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 18, 210–229. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/QMR-02-2012-0009>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Prenadamedia Group.
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dielngkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara.

- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.
- Sumbaga, M., & Ilena, S. (2021). The Impact of The Covid-19 Crisis on Consumer Behaviour Online Shopping in Wisma Atlet 2 Quarantine Area, Jakarta. *Psycho Idea*, 7, 1–25.
- Syaifudin, A. B. (2018). *Hubungan antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Tunnisa, F. (2019). Hubungan Konsep Diri Dengan Penerimaan Diri Pada Remaja Disabilitas Di Yayasan Bukesra Ulee Kareng Banda Aceh. In *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.24843/jpu.2017.v04.i01.p05>
- Yunita, R. (2014). *Hubungan Antara Self Esteem dengan Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta* (Vol. 12). <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>