

**HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA**



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

Oleh :

EKANANDA FARIDA HANIFAH

F 100 140 135

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

EKANANDA FARIDA HANIFAH

F 100 140 135

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. Daliman, SU

NIK.194/NIDN.0628115601

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

Oleh :

EKANANDA FARIDA HANIFAH

F100140135

**Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Selasa, tanggal 30 Oktober 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji :

Penguji utama

Dr. Daliman, SU



Penguji Pendamping 1

Dr. Wiwien Dinar P, M.Si, Psikolog



Penguji Pendamping II

Dra. Zahrotul Uyun, M.Si, Psikolog



Dekan,



Susatyo Yuwono S.Psi, M.Si, Psikolog

NIK.838/NIDN.0624067301

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 di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 17 Oktober 2018



Penulis

EKANANDA FARIDA HANIFAH

F100140135

HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA

Abstrak

Setiap individu mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi, namun terkadang membeli barang yang berlebihan serta tidak memperhatikan kegunaannya melainkan hanya untuk memenuhi kepuasan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hipotesis pada penelitian ini ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi UMS dari angkatan 2015, 2016 dan 2017 berjumlah 753 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *incidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan pendekatan kuantitatif dan alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Konsep Diri dan skala Perilaku Konsumtif. Metode analisis yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar -0,350; signifikansi $p = 0.000$ ($p < 0.01$) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Semakin positif konsep diri pada mahasiswa maka perilaku konsumtifnya semakin rendah. Tingkat konsep diri pada penelitian ini tergolong tinggi dan tingkat perilaku konsumtif tergolong sedang. Sumbangan efektif (SE) dari konsep diri adalah 12,3% dan masih terdapat 87,7% dari faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Kata Kunci : Konsep Diri, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

Abstract

Every individual has needs that must be met, but sometimes the purchase of goods that is excessive and does not pay attention to its use but only to satisfy satisfaction. The purpose of this study was to determine the relationship between self-concept and consumer behavior in students. The hypothesis in this study there is a negative relationship between self-concept and consumer behavior in students. The population in this study were UMS Psychology Faculty students from the 2015, 2016 and 2017 class totaling 753 people. The sample in this study were 100 Psychology Faculty students. The sampling technique used is incidental sampling. Data collection method using a quantitative approach and the measuring instrument used in this study is the Self Concept scale and Consumptive Behavior scale. The analytical method used is the product moment correlation technique. Based on the results of data analysis obtained the correlation coefficient of -0.350; significance of $p = 0.000$ ($p < 0.01$) which indicates that there is a significant negative relationship between self-concept and consumptive behavior. The more positive self-concept in students, the lower the consumer behavior. The level of self-concept in this study is relatively high and the level of consumer behavior is classified as moderate. Effective contribution

(SE) of self-concept is 12.3% and there are still 87.7% of other factors that influence consumptive behavior.

Keywords : Self Concept, Consumptive Behavior, Students.

1. PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap individu memiliki berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi, baik itu kebutuhan pokok atau primer maupun kebutuhan sekunder lainnya. Apalagi di jaman sekarang yang serba modern ini semua yang diinginkan sangat mudah didapat. Namun terkadang seorang individu dalam membeli suatu barang tidak memperhatikan apakah ia membutuhkannya atau tidak, melainkan hanya untuk mendapat kepuasan diri dan sekedar menginginkannya. Hal seperti inilah yang memunculkan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif menurut Fromm (2008) ialah sebagai keinginan membeli yang terus meningkat untuk memperoleh kepuasan memiliki barang dan jasa tanpa mempedulikan kegunaannya, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus tidak lain tujuannya untuk menunjukkan status, *prestige*, kekayaan, keistimewaan dan sesuatu yang mencolok. Para konsumen sendiri berasal dari berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa. Namun kebanyakan perilaku konsumtif biasanya terjadi pada masa remaja. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Jatman (dalam Fitriyani, Widodo & Fauziah, 2013) mengatakan bahwa remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat yang tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan.

Monks dkk (2006) menjelaskan remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun, dengan pembagian 3 masa di antaranya; masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja tengah 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun. Pada usia ini remaja mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikologis. Perubahan fisik maupun psikologis tersebut dapat mempengaruhi proses pembentukan identitas diri remaja. Demikian juga yang terjadi pada mahasiswa yang termasuk dalam kategori remaja akhir. Seperti yang diungkapkan oleh Erikson (Gross, 2013) bahwa pada masa remaja individu seringkali mengalami kebingungan terhadap dirinya sendiri dan muncul pertanyaan seputar

“siapakah aku?”, dan hal itu akan mempengaruhi proses pembentukan identitas diri remaja.

Identitas diri sangat erat kaitannya dengan penampilan fisik seorang individu. Dalam hal ini seperti gaya berpakaian, barang-barang mewah, merubah penampilan fisik dengan berdandan agar terlihat lebih cantik dan sebagainya. Tidak heran jika mahasiswa ingin terlihat sempurna di lingkungannya baik penampilan fisik maupun barang kepemilikannya. Seperti yang terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Sriatmini (dalam Fitriyani, Widodo, & Fuziah, 2013) pada remaja di Malang menunjukkan bahwa remaja gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan oleh temannya.

Salah satu karakteristik individu yang memiliki identitas diri yang baik adalah dengan konsep diri yang baik pula. Hurlock (1999) mendefinisikan konsep diri sebagai gambaran diri tentang aspek fisiologis maupun psikologis yang berpengaruh pada perilaku seseorang dalam menyesuaikan diri. Seberapa jauh individu dalam memahami dan menerima segala kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya, maka akan berpengaruh terhadap pembentukan konsep dirinya. Jika seseorang mampu menerima kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya akan tumbuh konsep diri positif, sebaliknya apabila seseorang tidak mampu menerima kelebihan dan kekurangan yang ada dalam dirinya akan tumbuh konsep diri yang negatif (Prabadewi & Widiasavitri, 2014).

Konsep diri menurut Suryanto dkk (2012) merupakan suatu keyakinan tentang atribut yang melekat pada diri individu yang didapat melalui proses persepsi diri, refleksi atau perbandingan sosial. Perilaku yang ditunjukkan seseorang dalam kehidupan kesehariannya merupakan hasil dari persepsi diri. Sebagai contoh konsep diri remaja yang muncul melalui perilaku berbelanja secara berlebihan hanya untuk menunjukkan bahwa dirinya termasuk remaja yang tidak ketinggalan jaman. Grubb dan Grathwahl (1967) mengungkapkan bahwa konsep diri ialah nilai bagi individu, sehingga perilaku yang muncul ditujukan untuk melindungi dan meningkatkan konsep diri. Perilaku konsumtif individu seperti membeli, menggunakan, dan memamerkan barang dilakukan untuk

meningkatkan konsep dirinya. Dapat dikatakan bahwa seseorang dengan konsep diri rendah cenderung untuk berperilaku konsumtif (Suminar & Meiyuntari, 2015).

Perilaku individu dalam membeli barang dipengaruhi oleh dua faktor menurut Engel dkk (Gumulya & Widiastuti, 2013) yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal di antaranya kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, serta demografi. Faktor internal yang meliputi motivasi, harga diri, gaya hidup serta konsep diri. Mahasiswa yang berperilaku konsumtif karena ingin terlihat cantik, atau ingin membuat dirinya terlihat lebih baik di pandangan orang lain diduga adalah mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif, karena mereka berusaha untuk membuat dirinya terlihat ideal di lingkungannya. Dengan kata lain mereka memandangi dirinya sendiri dalam kondisi yang belum baik.

Hasil penelitian dari Syaifudin (2018) mengenai hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Semakin negatif konsep diri mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya, begitu juga sebaliknya semakin positif konsep diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan fenomena tersebut dapat diduga adanya pengaruh antara konsep diri seseorang dengan perilakunya dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa”.

2. METODE

Subyek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berusia 18-21 tahun, yakni mahasiswa semester 3, 5 dan 7. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan adalah incidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu

dengan peneliti dan sesuai sebagai sumber data maka dapat dijadikan sebagai sampel.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala konsep diri dari Giri (2016), dibuat berdasarkan aspek-aspek konsep diri dari Fitts (dalam Muhith, 2015), yang telah dilakukan *expert judgement* sehingga peneliti tidak melakukan *expert judgement* kembali. Dari hasil penilaian *expert judgement* tersebut kemudian dianalisis menggunakan *formula Aiken's*. Skala konsep diri menggunakan batas nilai valid sebesar 0,8 maka aitem yang memiliki validitas <0,8 dinyatakan gugur, dan diperoleh angka validitas rentang 0,8 sampai 0,85. Terdapat 35 aitem di antaranya 18 aitem *favourable* dan 17 aitem *unfavourable*. Setelah dilakukan penelitian dengan skala 35 aitem tersebut, kemudian dilakukan uji reliabilitas. Hasil perhitungan reliabilitas skala konsep diri diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,906. Koefisien reliabilitas berada dalam rentang 0 sampai dengan 1,00, bila koefisien reliabilitas semakin tinggi mendekati angka 1,00 maka pengukuran semakin reliabel. Dari hasil uji reliabilitas terdapat aitem yang gugur yakni pada aitem nomor 21, 31, dan 34. Maka jumlah aitem valid setelah uji reliabilitas sebanyak 32 aitem.

Skala perilaku konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan skala perilaku konsumtif dari Widodo (2016) yang diungkap dari aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (dalam Haryani & Herwanto, 2015), yang telah dilakukan *expert judgement* sehingga peneliti tidak melakukan *expert judgement* kembali. Dari hasil penilaian *expert judgement* tersebut kemudian dianalisis menggunakan *formula Aiken's*. Skala perilaku konsumtif menggunakan batas nilai valid sebesar 0,6 maka aitem yang memiliki nilai validitas <0,6 dinyatakan gugur, dan diperoleh angka validitas rentang 0,67 sampai 0,83. Skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini terdiri dari 25 aitem, yang di antaranya 16 aitem *favourable* dan 9 aitem *unfavourable*. Setelah dilakukan penelitian dengan skala 25 aitem tersebut, kemudian dilakukan uji reliabilitas. Hasil perhitungan reliabilitas skala perilaku konsumtif diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,841. Koefisien reliabilitas berada dalam rentang 0 sampai dengan 1,00, bila koefisien reliabilitas semakin tinggi mendekati

angka 1,00 maka pengukuran semakin reliabel. Dari hasil uji reliabilitas terdapat aitem yang gugur yakni pada aitem nomor 3, 5, 8, 9, 19, dan 24. Maka jumlah aitem valid setelah uji reliabilitas sebanyak 19 aitem.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis *product moment* dengan bantuan program SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi = -0,350 dengan $p=0,000$ ($p<0,01$) yang berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Artinya semakin positif konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, kemudian semakin negatif konsep diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Dengan demikian hipotesis yang peneliti ajukan diterima. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Engel, dkk (dalam Gumulya dan Widiastuti, 2013) bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ialah konsep diri. Di mana perilaku seseorang dalam membeli dipengaruhi oleh konsep diri yang dimiliki.

Berdasarkan hasil analisis variabel konsep diri dapat diketahui bahwa terdapat 20% (20 orang) yang memiliki konsep diri sedang, 67% (67 orang) yang memiliki konsep diri tinggi, dan 13% (13 orang) yang memiliki konsep diri sangat tinggi. Presentase terbanyak adalah kategori tinggi yang berarti bahwa mahasiswa memiliki konsep diri tinggi. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta memenuhi aspek-aspek konsep diri dari Fitts (dalam Muhith, 2015).

Di antaranya aspek diri fisik yaitu sudut pandang seseorang terhadap fisik dirinya, yakni seperti pandangan positif terhadap kondisi fisik yang dimiliki, percaya diri dengan penampilan dan bentuk badan. Aspek diri pribadi yaitu cara seseorang dalam menilai kemampuan yang dimilikinya, antara lain perasaan optimisme, bahagia dan mampu mengontrol diri. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Utami dan Sumaryono (Haryani & Herwanto, 2015) perilaku konsumtif dapat ditekan dan bahkan dihindari apabila seseorang memiliki sistem pengendalian internal pada dirinya yang disebut kontrol diri. Bagi mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengendalikan perilakunya sehingga tidak mudah terpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Aspek diri sosial yakni berhubungan dengan dunia luar, perasaan mampu berinteraksi sosial, perasaan berharga dan dianggap di lingkungan sosial. Aspek diri sosial termasuk di dalamnya konformitas, hal ini sesuai dengan pernyataan Sumartono (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013) yang menyatakan bahwa dalam menentukan produk yang akan dikonsumsinya seseorang melihat kelompok referensinya. Pada umumnya individu cenderung untuk memiliki sikap konformis atau searah dengan sikap kelompok. Keinginan untuk diterima dalam kelompok referensi mendorong mahasiswa melakukan berbagai penyesuaian agar selaras dengan kelompoknya khususnya dalam hal mengkonsumsi dan dapat memunculkan perilaku konsumtif. Individu yang memiliki konsep diri positif pada aspek moral etik, di mana berhubungan dengan etika dan norma, baik norma agama maupun norma sosial di lingkungannya maka ia tidak akan mudah berperilaku konsumtif. Terakhir pada aspek diri keluarga, seseorang dengan konsep diri positif pada aspek diri keluarga, yang mana merasa dicintai, bangga terhadap keluarga, dan diterima di keluarga maka individu tersebut tidak akan mudah berperilaku konsumtif. Seperti pendapat Suryani (Rohman & Widjaja, 2018) bahwa keluarga sebagai kelompok primer yang interaksinya sangat intensif dan ada dukungan emosional yang kuat yang mana mempunyai fungsi dan peran yang sangat penting.

Selanjutnya konsep diri yang positif mempengaruhi perilaku konsumtif yang rendah. Berdasarkan hasil analisis variabel perilaku konsumtif diketahui bahwa terdapat 1% (1 orang) yang memiliki perilaku konsumtif sangat rendah, 17% (17 orang) yang memiliki perilaku konsumtif rendah, 63% (63 orang) yang memiliki perilaku konsumtif sedang, 18% (18 orang) yang memiliki perilaku konsumtif tinggi, 1% (1 orang) yang memiliki perilaku konsumtif sangat tinggi. Presentase terbanyak adalah kategori sedang yang berarti bahwa mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta cenderung dapat bersikap bijak dalam menentukan prioritas kebutuhan mana yang didahulukan. Hal ini dapat kita lihat pada aspek perilaku konsumtif dari Lina & Rosyid (dalam Haryani dan Herwanto, 2015) yakni aspek pembelian impulsif, seseorang dengan perilaku konsumtif sedang akan cenderung mempertimbangkan dahulu sebelum membeli

sesuatu dan bukan hanya sekedar keinginan semata. Pada aspek pemborosan, seseorang dengan perilaku konsumtif sedang akan cenderung bijak dalam membeli dan penggunaan uang, sedangkan aspek mencari kesenangan yakni seseorang dengan perilaku konsumtif sedang akan cenderung berpikir rasional ketika memutuskan untuk membeli barang.

Hasil penelitian yang sama dilakukan oleh Suminar dan Meiyuntari (2015) terhadap siswa kelas 2 SMA Darut Taqwa Pasuruan tentang konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja menunjukkan bahwa perilaku konsumtif remaja dipengaruhi oleh konsep diri dan konformitas. Semakin rendah konsep diri remaja maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya begitu juga sebaliknya, semakin tinggi konsep diri remaja maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Kemudian didukung oleh hasil penelitian dari Syaifudin (2018) mengenai hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin negatif konsep diri mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya begitu juga sebaliknya, semakin positif konsep diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Sumbangan efektif untuk variabel konsep diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 12,3% yang berarti terdapat 87,7% faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif selain konsep diri. Seperti kelas sosial, kelompok referensi, gaya hidup, kepribadian, dan motivasi. (Haryani & Herwanto, 2015).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa : Ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa, Konsep diri yang dimiliki mahasiswa tergolong positif, Perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa tergolong sedang, Sumbangan efektif konsep diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 12,3%.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran kepada : Bagi mahasiswa, disarankan agar mahasiswa mampu menerima kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya, sehingga mahasiswa

mempunyai konsep diri yang positif. Apabila mahasiswa mempunyai konsep diri yang positif maka ia akan merasa kecukupan dengan dirinya saat ini, hal itu akan menekan tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa, Bagi fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, diharapkan untuk mempertahankan dalam memberikan arahan yang positif dan membentuk lingkungan sosial yang positif bagi mahasiswa. Terlebih diharapkan pihak fakultas dapat memberikan informasi mengenai dampak perilaku konsumtif dan memberikan suatu keterampilan bagaimana agar menjadi mahasiswa yang produktif, Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian. Serta disarankan untuk meneliti variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Aantara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip* , Vol.12 No.1.
- Fromm, E. (2008). *The Sane Society*. British: Library Cataloguing in Publication Data.
- Giri, R. S. Hubungan Konsep Diri Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa yang Berasal dari Provinsi X. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Gross, R. (2013). *Psychology: The science of mind and behaviour, Edisi keenam*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Grubb, & Grathwohl. (1967). Consumer Self-Concept, Symbolism and Market Behavior: A Theoretical Approach. *Journal of Marketing* , Vol. 31, page 22-27.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, Volume 11 Nomor 1.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, Vol. 11, No. 1, Hal 5-11.

- Monks, F., Knoer, A., & Haditono, S. (2006). *Psikologi perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Muhith. (2015). *Pendidikan Keperawatan Jiwa : Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Prabadewi, K. D., & Wideasavitri, P. N. (2014). Hubungan Konsep Diri Akademik dengan Motivasi Berprestasi pada Remaja Awal yang Tinggal di Panti Asuhan di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana* , Vol. 1, No. 2, 261-270 .
- Rohman, A. A., & Widjaja, S. U. (2018). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Perilaku Menabung Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi D Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* , Vol.11, No.2, Hal 107-117.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia* , Vol. 4, No. 02, hal 145 - 152.
- Suryanto, d. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga.
- Syaifudin, A. B. (2018). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Widodo, B. P. Hubungan Self Monitoring dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.