

Pengaruh Sifat Qana'ah terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa

Wahdan Aldi Januar Dahjana*, Lilim Halimah

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

aldiwahdan12@gmail.com, aumisyanida@gmail.com

Abstract. This study aims to investigate the effect of the nature of qana'ah (sense of sufficiency) on consumer behavior in students at the Islamic University of Bandung. The results showed that the nature of qana'ah has a significant negative effect on student consumer behavior, contributing 11%. However, there are still 89% other factors that influence consumer behavior. This study also found significant differences between the consumer behavior of male and female students. These findings support previous research conducted by Kurniawan (2020). For further research, the researcher suggests enriching demographic data such as social status, friendship environment, and types of products purchased, in order to gain a more comprehensive understanding of the factors that influence consumer behavior among students. Students are at the stage of starting to be given their own responsibility in managing their finances. However, there are students who are not yet fully able to control their spending according to their needs, so they shop compulsively. Purchases that are not based on needs or benefits are contrary to the nature of qana'ah. This study uses a quantitative causality design with simple linear regression analysis. The sample was obtained through purposive sampling of 273 respondents. The measurement instrument used was the measuring tool for the nature of contentment by Julitasari (2017) and consumer behavior by Aini (2016).

Keywords: *Consumer Behaviour, Qana'ah, Student at Islamic University Bandung.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh sifat qana'ah (rasa cukup) terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas Islam Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sifat qana'ah memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, berkontribusi sebesar 11%. Namun, masih terdapat 89% faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif. Studi ini juga menemukan perbedaan signifikan antara perilaku konsumtif mahasiswa laki-laki dan perempuan. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawan (2020). Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan memperkaya data demografi seperti status sosial, lingkungan pertemanan, dan jenis produk yang dibeli, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Mahasiswa berada pada tahapan mulai diberikan tanggung jawab sendiri dalam pengelolaan keuangan. Namun, ada mahasiswa yang belum sepenuhnya dapat mengontrol pengeluarannya sesuai kebutuhan, sehingga berbelanja secara konsumtif. Pembelian yang bukan didasari kebutuhan atau manfaat bertolak belakang dengan sifat qana'ah. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif kausalitas dengan analisis regresi linier sederhana. Sampel didapat melalui purposive sampling sebanyak 273 responden. Instrumen pengukuran menggunakan alat ukur sifat qana'ah oleh Julitasari (2017) dan perilaku konsumtif oleh Aini (2016).

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Sifat Qana'ah, Mahasiswa Universitas Islam Bandung.*

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi di zaman ini menimbulkan dampak yang cukup signifikan khususnya pada penggunaan internet dalam berbagai aktivitas salah satunya berbelanja. Transaksi apapun yang dilakukan sekarang hanya tinggal menekan tombol-tombol di smartphonenya masing-masing, sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dampak positif dari kemajuan teknologi ini diantaranya adalah mudahnya akses pada platform belanja online yang bisa dilakukan siapapun dan kapanpun, membuat masyarakat bisa membeli apapun yang mereka inginkan dengan hanya satu tombol di telepon pintarnya masing-masing. Tetapi dampak negatif yang timbul adalah dengan mudahnya akses tersebut membuat individu mudah terlena dengan apa yang ada di dunia internet, sehingga menimbulkan perubahan sikap individu dalam berbelanja (Dzar Nurul Halimah & Nawangsih, 2021)

Selain itu dampak negatif yang cukup fatal dari perilaku konsumtif ini adalah maraknya peminjaman online yang dilakukan semata-mata hanya karena individu memaksakan untuk membeli suatu produk walaupun keadaan finansialnya sedang tidak memungkinkan. Menurut OJK nilai penyaluran pinjaman secara daring di Indonesia mencapai Rp22,76 Triliun dihitung per bulan Maret tahun 2024. Dari fenomena tersebut menunjukkan bahwa salah satu penyebab maraknya kasus peminjaman secara daring adalah keinginan untuk selalu mengikuti tren yang sedang hangat walaupun harus meminjam uang kepada pihak-pihak tertentu (Zalfa et al., 2023)

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut terdapat beberapa hal yang dapat memicu individu memunculkan perilaku yang negatif salah satunya adalah perilaku konsumtif. Mahasiswa sangat rentan untuk memunculkan perilaku konsumtif dikarenakan mahasiswa telah diberika tanggung jawab khususnya dalam hal pengelolaan keuangannya. Selain itu mahasiswapun sering dijadikan target oleh para produsen dikarenakan hal tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif diantaranya adalah kebudayaan, kepribadian, lingkungan, dan juga gaya hidup seseorang [26]. Salah satu yang dapat menjadi penangkal munculnya perilaku konsumtif adalah dengan cara senantiasa menjaga dan meningkatkan religiusitas kita, karena religiusitas dalam diri individu dapat berfungsi sebagai pengatur perilaku agar terhindar dari perilaku-perilaku negatif [4]. Salah satu sifat yang diajarkan oleh Islam yaitu sifat dimana seseorang dapat mengontrol dirinya agar tidak berperilaku rakus, tamak, dan berlebihan. Sifat tersebut adalah sifat qana'ah, yang mana sifat qana'ah dapat membuat seseorang senantiasa merasa cukup dengan apa yang diberikan oleh Allah SWT dan tidak akan menghambur-hamburkan hartanya hanya untuk kesenangan yang tidak bermanfaat (Purnama et al., 2023)

Banyak provinsi-provinsi di Indonesia yang dalam 2 tahun terakhir mengalami peningkatan jumlah transaksi secara *online*, Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang memiliki peningkatan jumlah transaksi sebesar 1,5 kali lipat dari tahun sebelumnya. Kota di Jawa Barat yang menduduki peringkat pertama dengan jumlah transaksi digital terbanyak jatuh pada Kota Bandung. Dikarenakan fenomena tersebut maka mahasiswa yang berada di Kota Bandung akan sangat rentan memunculkan perilaku konsumtif dikarenakan Bandung merupakan salah satu daerah dengan pusat perbelanjaan yang cukup luas.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya terkait sifat qana'ah dan perilaku konsumtif sudah dilakukan diberbagai daerah seperti Palembang, Aceh, Riau, dan Yogyakarta, namun peneliti belum menemukan penelitian yang terkait yang dilakukan di Kota Bandung [7][14][22]. Selain itu terdapat perbedaan hasil penelitian, khususnya dalam hal perbedaan perilaku konsumtif pada mahasiswa laki-laki dan perempuan Sehingga dapat dikatakan terdapat perbedaan lokasi dan juga adanya inkonsistensi dalam penelitian- penelitian sebelumnya, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti variabel sifat qana'ah dan variabel perilaku konsumtif. Berdasarkan fenomena di atas maka identifikasi masalah yang ditentukan oleh peneliti meliputi; seberapa besar pengaruh sifat qana'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa? dan apakah terdapat perbedaan antara bentuk perilaku konsumtif mahasiswa laki-laki dengan mahasiswa perempuan?. Selanjutnya tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sifat qana'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan bentuk perilaku konsumtif pada mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan

B. Metode

Peneliti menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode kausalitas. Sampel dari penelitian terdiri dari 273 responden mahasiswa di Universitas Islam Bandung. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan sampel yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner melalui *google form* secara *online* ataupun *offline*. Alat ukur yang digunakan adalah kuisioner perilaku konsumtif yang disusun oleh Rheisy Dyah Aini dan kuisioner sifat qana'ah yang disusun oleh Rheiza Julitasari. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Universitas Islam Bandung yang memunculkan perilaku konsumtif. Proses analisis data dilakukan menggunakan uji regresi sederhana untuk mengukur pengaruh sifat qana'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dan uji perbandingan untuk melihat perbandingan perbedaan bentuk perilaku konsumtif pada mahasiswa laki-laki dan perempuan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Secara umum hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sifat qana'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas Islam Bandung. Dengan besar kontribusi qana'ah yaitu sebesar 11% dalam mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Selain hasil uji perbandingan antara perilaku konsumtif pada mahasiswa laki-laki dan perempuan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang dapat diartikan bahwa terdapat perbedaan antara perilaku konsumtif pada mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki dengan mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan.

Selain itu pada penelitian ini memiliki hasil tingkat perilaku konsumtif yang tinggi dan sifat qana'ah yang tinggi juga pada Mahasiswa di Universitas Islam Bandung. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas Islam Bandung. Dikarenakan kontribusi sifat qana'ah terhadap perilaku konsumtif hanya 11% maka bisa dikatakan terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa seperti status ekonomi, lingkungan pertemanan, kepribadian, ataupun faktor-faktor lainnya yang bisa memberikan pengaruh lebih tinggi dibandingkan dengan sifat qana'ah.

Tabel 1. Hasil Jumlah Responden Tiap Kategori

Frekuensi	PK Tinggi dan Qana'ah Tinggi	Persentase
Jumlah	135	49,45%
PK Rendah dan Qana'ah Rendah		
Jumlah	4	1,46%
PK Tinggi dan Qana'ah Rendah		
Jumlah	27	9,90%
PK Rendah dan Qana'ah Tinggi		
Jumlah	107	39,19%
Total	273	100%

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebaran kategori responden terdiri dari 135 orang atau sebanyak 49,45% memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi dan juga sifat qana'ah yang tinggi, sebanyak 4 orang atau sebanyak 1,46% memiliki tingkat perilaku konsumtif yang rendah dan juga sifat qana'ah yang rendah, sebanyak 27 orang atau sebanyak 9,90% memiliki tingkat perilaku konsumtif tinggi dan sifat qana'ah yang rendah, dan sebanyak 107 orang atau

sebanyak 39,19% memiliki perilaku konsumtif yang rendah dan sifat qana'ah yang rendah pula.

Tabel 2. Kategorisasi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Kategori	Frekuensi Konsumtif	Persentase
Rendah	111	41%
Tinggi	162	59%
Total	273	100%

Pada tabel di atas didapatkan suatu hasil kategori perilaku konsumtif pada mahasiswa. sebanyak 162 orang atau sebesar 59% Mahasiswa di Universitas Islam Bandung berada pada kategori Tinggi dan sebanyak 111 orang atau sebesar 41% Mahasiswa di Universitas Islam Bandung berada pada kategori Rendah untuk level dari perilaku konsumtifnya.

Tabel 3. Kategorisasi Sifat Qana'ah Pada Mahasiswa

Kategori	Frekuensi Qana'ah	Persentase
Rendah	31	11%
Tinggi	242	89%
Total	273	100%

Pada tabel 3 di atas didapatkan hasil kategori sifat qana'ah pada mahasiswa. Sebanyak 242 orang atau sebesar 89% Mahasiswa di Universitas Islam Bandung berada pada kategori Tinggi dan sebanyak 31 orang atau sebesar 11% Mahasiswa di Universitas Islam Bandung berada pada kategori Rendah untuk level dari sifat qana'ahnya.

Tabel 4. Hasil Perbandingan Bentuk Perilaku Konsumtif

Jenis Perilaku Konsumtif	Persentase Laki-laki %	Persentase Perempuan %
1. Membeli suatu produk karena iming-iming hadiah	29,37	33,33
2. Membeli produk karena kemasannya menarik	70,63	82,31
3. Membeli produk karena gengsi	10,32	10,88
4. Membeli produk bukan atas pertimbangan manfaatnya	55,56	55,78

5. Membeli produk hanya untuk menjaga status	7,14	6,12
6. Terdapat unsur konformits terhadap model yang mengiklankan suatu produk	15,87	27,89
7. Terdapat pikiran bahwa membeli produk yang mahal bisa meningkatkan percaya diri	38,89	40,14
8. Membeli 2 produk yang sama dengan merek yang berbeda	67,46	63,27

Pada tabel di atas dapat dilihat hasil dari perbandingan persentase bentuk perilaku konsumtif mahasiswa laki-laki dengan mahasiswa perempuan. Didapatkan hasil bahwa mahasiswa laki-laki mengungguli persentase dibandingkan dengan mahasiswa perempuan pada dua bentuk perilaku konsumtif saja yaitu membeli produk untuk menjaga status dan membeli 2 produk sejenis dengan merek yang berbeda. Sedangkan mahasiswa perempuan lebih cenderung memunculkan perilaku konsumtif dengan bentuk membeli produk karena kemasannya yang menarik, membeli produk bukan atas pertimbangan manfaatnya, membeli produk karena gengsi, terdapat pikiran bahwa membeli produk yang mahal dapat meningkatkan kepercayaan diri, membeli produk karena terdapat tawaran hadiah yang menarik dan terdapat unsur konformitas terhadap model yang mengiklan suatu produk.

Analisis dan Pembahasan

Pada penelitian ini menunjukkan hasil yang mendukung penelitian-penelitian sebelumnya khususnya pada hasil pengaruh sifat qana'ah terhadap perilaku konsumtif, dimana hampir seluruh penelitian sebelumnya yang terkait itu menunjukkan hasil yang sama. Tetapi terdapat perbedaan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan perbedaan perilaku konsumtif pada mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan. Dimana penelitian sebelumnya yang dilakukan di Palembang menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan antara perilaku konsumtif mahasiswa laki-laki dengan perempuan. Tetapi pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumtif pada mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan. Hal tersebut salah satunya bisa dikarenakan sampel pada penelitian ini berada di pusat perbelanjaan sedangkan pada penelitian sebelumnya sampel tidak berada di pusat perbelanjaan, sehingga lebih dapat memicu perilaku konsumtif pada mahasiswanya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan hasil penelitian yaitu meliputi:

1. Terdapat pengaruh sifat qana'ah terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas Islam Bandung. Dengan nilai R^2 sebesar 0.110 yang memiliki arti bahwa sifat qana'ah berkontribusi sebesar 11% terhadap munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas Islam Bandung.
2. Terdapat perbedaan antara bentuk perilaku konsumtif mahasiswa laki-laki dengan mahasiswa perempuan, dimana perempuan lebih menonjolkan enam bentuk perilaku konsumtif dan laki-laki hanya menonjolkan dua bentuk perilaku konsumtif saja dari total delapan bentuk perilaku konsumtif yang telah ditentukan. Dimana laki-laki lebih sering berperilaku konsumtif dalam bentuk pembelian dua barang sejenis dengan merek yang berbeda, sedangkan perempuan lebih kepada membeli suatu produk dikarenakan kemasannya yang menarik.

Ucapan Terimakasih

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memudahkan dan melancarkan seluruh proses penulisan artikel ilmiah yang berjudul "Pengaruh Sifat Qana'ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa". Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dan membimbing peneliti dalam penulisan ini, di antaranya:

1. Dr. Lilim Halimah, BHSc., MHSPY, sebagai dosen pembimbing yang sudah memberikan bimbingan dari awal skripsi ini dibuat sampai selesai.
2. Para responden yang berasal dari mahasiswa Universitas Islam Bandung yang ikut serta menjadi partisipan pada penelitian ini.
3. Orang tua saya yaitu Bapak Juhana dan Ibu Dadah yang selalu menuangkan dukungan dan motivasinya pada setiap proses pengerjaan skripsi ini.
4. Teman-teman yang membantu dalam proses penyebaran kuisioner yang tidak bisa saya sebutkan semuanya.

Saya berharap setiap usaha dan pertolongan semua pihak bisa menjadi berkah dan mendapatkan limpahan keberkahan dari Allah SWT. Dan tentu saja saya dengan penuh kesadaran menyatakan bahwa skripsi ini masih memiliki banyak keterbatasan dan kekurangan, karena keterbatasan ilmu dan pemahaman yang ada pada diri saya. Oleh karena itu saya dengan penuh kesadaran diri sangat mengharapkan saran ataupun masukan yang s dari semua pihak agar dapat mengembangkan laporan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Al-Ghazali, I. (2019). *Mempertajam Mata Bathin*. Surabaya: Pustaka Media. Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Andriani, Yolla Riska. (2019). *Hubungan Antara Qona'ah dengan Kesejahteraan Psikologi Pada Orang Tua yang Memiliki Anak berkebutuhan Khusus*. Skripsi. Universitas Islam Riau: Pekanbaru.
- Asyarie, Musa. (1988). "Agama, Kebudayaan dan Pembangunan: Menyongsong Era Industrialisasi". Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga Press.
- Azwar. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bungin, Burhan. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group Citra
- Ramadhanty. (2023). *Implementasi Qana'ah Terhadap Rasa Rendah Diri (Inferiority)*. Nathiqiyah, 6(1), 26–33. <https://doi.org/10.46781/nathiqiyah.v6i1.743>
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dzar Nurul Halimah, & Nawangsih, E. (2021). *Studi Deskriptif Mengenai Happiness pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Bandung*. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1), 7–11. <https://doi.org/10.29313/jrp.v1i1.87>
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang*. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 55– 68.

- Gunawan, C.(2022).” E-Commerce Memicu Mahasiswa Semakin Konsumtif ?
”,<https://bandungbergerak.id/article/detail/2033/e-commerce- memicu-mahasiswa- semakin- konsumtif> , diakses 10 Januari 2024 pukul 20.50 WIB.
- Hamka. (2015). Tasawuf Modern. Jakarta: Republika Penerbit
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran (13th ed.; A. Maulana & Y. S. Hayati, eds.). Jakarta.
- Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Antara Qana’ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Laily, I.N.(2022).”Memahami Arti Konsumtif, Indikator, Faktor, dan Dampaknya”,
<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61ef7e4f41753/memahami- arti-konsumtif-indikator- faktor-dan-dampaknya?page=2> , diakses 3 Desember 2023 pukul 20.17 WIB.
- Larasati, R. A. (2020). POLA KONSUMSI MAHASISWA PULANG KAMPUNG DAN MASYARAKAT PADA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BANDUNG. JAMBURA ECONOMIC EDUCATION JOURNAL, 90.
- Lestari, F. E. (2017). Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Laki-Laki dan Perempuan Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma Palembang. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Luthfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, 9.
- Mizan, A. (2020). Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Dalam Membeli Produk Fashion Melalui Online Shop. Perpustakaan Airlangga,-.
- Ningsih, T. R. (2016). Sikap Qana’ah Sebagai Pendekatan terhadap Perilaku Belanja Kompulsif. Jurnal PSIKOLOGIKA, 105.
- Purnama, H., Wahyudi, H., & Suhana. (2023). Terapi Berbasis Internet Untuk Meningkatkan Self-Regulasi Pada Mahasiswa Dengan Internet Gaming Disorder. *Jurnal Riset Psikologi*, 1–8. <https://doi.org/10.29313/jrp.v3i1.1704>
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 1499.
- Rahmadani, I., Rizki, R., & Restya, W. P. D. (2019). Pengaruh Sifat Qana’ah Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa/(I) Sma Negeri 3 Banda Aceh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 2(2).
- Ramadhani, Niko.(2019) Juni. Inilah 5 ciri-ciri gaya hidup konsumtif. Diakses pada tanggal 30 November 2020 diambil dari <https://www.akseleran.co.id/blog/gaya-hidup-konsumtif/>
- Sayyid Quthub, Fī Zilālil -Qur’ān, Jilid 1 (Beirut: Darusy-Syuruq, 1992), hlm. 374-375

- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Perilaku konsumtif. Available: <http://www.e-psikologi.com/remaja/191191.htm>.
- Taqwa, Y. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 838.
- Tashandra, Nabila & Anna Lusnia Kas. 2018. "80 persen konsumen belanja online orang muda dan wanita, <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>, diakses 18 November 2023 pukul 17.13 WIB
- Zalfa, S., Sartika, D., & Permana, R. H. (2023). Studi Deskriptif Mengenai Career identity Pada Mahasiswa Program MBKM di Universitas Islam Bandung. *Jurnal Riset Psikologi*, 3(2), 147–154. <https://doi.org/10.29313/jrp.v3i2.2996>