



PENGARUH KELOMPOK TEMAN SEBAYA DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE (Studi Kasus Siswa-Siswi SMK Pandu 2)

THE INFLUENCE OF PEERS 'GROUPS AND LIFESTYLE ON BEHAVIOR CONSUMPTIVE SHOP ONLINE (Case Study of Pandu 2 Vocational School Students)

¹ Asti Marfita Misa, Universitas Nusa Bangsa, Indonesia

² Mulyana Gustira Putra*, Universitas Nusa Bangsa, Indonesia

³ Nia Sonani, Universitas Nusa Bangsa, Indonesia

Informasi Naskah

Submitted: 26 Maret 2021;

Revision: 19 Mei 2021;

Accepted: 13 Juni 2021;

Keywords:

peer groups, lifestyle, consumer behavior

Kata Kunci:

Kelompok teman sebaya, Gaya hidup, Perilaku konsumtif

Abstract

This study aims to determine the effect of peer groups and lifestyle on online shopping consumptive behavior. The data used in this study are primary data and secondary data. The type of data used in this research is quantitative data then processed by multiple linear regression analysis method with the dependent variable is online shopping consumptive behavior, and the independent variables are peer groups and lifestyle using the SPSS 22 for Windows program. Population The sample used in this study were students and female students of SMK Pandu 2 with a sample of 157 people. The results showed that peer groups and lifestyles had a significant influence on consumer behavior online shopping, either partially or simultaneously. Of the two independent variables, the peer group variable has the most dominant influence among lifestyle variables on the consumer behavior of online shopping.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kelompok teman sebaya dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif kemudian diolah dengan metode analisis regresi linier berganda dengan variabel dependen adalah perilaku konsumtif berbelanja online, dan variabel independen adalah kelompok teman sebaya dan gaya hidup dengan menggunakan program SPSS 22 for Windows. Populasi Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa dan siswi SMK Pandu 2 dengan sampel 157 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online, baik secara parsial maupun simultan. Dari dua variabel independen tersebut, variabel kelompok teman sebaya mempunyai pengaruh yang paling dominan diantara variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online.

* Corresponding Author.

Mulyana Gustira Putra, e-mail : mulyanaputra2015@gmail.com

PENDAHULUAN

Di zaman sekarang ini kemudahan melakukan transaksi pembelian dapat dilakukan dengan cepat melalui situs penjualan online atau online shop yang menjual berbagai macam barang kebutuhan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga dan masih banyak lagi. Kebutuhan merupakan sesuatu yang harus dipenuhi, dalam memenuhi kebutuhannya manusia tidak lepas dari kegiatan konsumsi. Lina dan Rosyid (1997:7) dalam Manjasari (2017:10), menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah taraf keinginan yang berlebihan. Perilaku konsumtif terjadi pada hampir semua golongan di kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja sampai dewasa, mereka semua tidak luput dari hal tersebut. Salah satunya adalah kalangan anak sekolah atau remaja. Siswa SMK termasuk dalam masa remaja dimana mereka belum mempunyai dasar atau prinsip yang kuat dalam berperilaku, bersikap, dan bertanggung jawab. Hal ini menyebabkan siswa untuk berperilaku konsumtif. Banyak remaja yang terjebak dalam kehidupan konsumtif sehingga rela mengeluarkan uangnya bukan untuk memenuhi kebutuhannya tetapi untuk memenuhi keinginannya.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data angka-angka yang diolah dengan metode statistik. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah siswa dan siswi SMK Pandu 2 dan Sampel yang digunakan adalah siswa dan siswi SMK Pandu 2 kelas X, XI, dan XII. Dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan

sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud peneliti adalah siswa dan siswi SMK Pandu 2.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas dan terikat yang terdiri dari Variabel bebas Kelompok Teman Sebaya (X1) dan Gaya Hidup (X2) dan Variabel terikat adalah Perilaku Konsumtif (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program spss 22 dan nilai koefisien korelasi *product moment* ditunjukkan dalam tabel *Item-Total Statistics* di kolom *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 1, Hasil Uji Validitas Variabel X1

No	Pertanyaan	<i>Corrected Item - Total Correlation</i>	Rtabel	Keterangan
1.	P1	.439	0,158	Valid
2.	P2	.471	0,158	Valid
3.	P3	.220	0,158	Valid
4.	P4	.523	0,158	Valid
5.	P5	.523	0,158	Valid
6.	P6	.549	0,158	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X2

No	Pertanyaan	<i>Corrected Item - Total Correlation</i>	Rtabel	Keterangan
1.	P1	.677	0,158	Valid
2.	P2	.654	0,158	Valid
3.	P3	.598	0,158	Valid
4.	P4	.717	0,158	Valid
5.	P5	.706	0,158	Valid
6.	P6	.646	0,158	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	Pertanyaan	<i>Corrected Item - Total Correlation</i>	Rtabel	Keterangan
1.	P1	.485	0,159	Valid
2.	P2	.578	0,159	Valid
3.	P3	.533	0,159	Valid
4.	P4	.442	0,159	Valid
5.	P5	.435	0,159	Valid
6.	P6	.606	0,159	Valid
7.	P7	.540	0,159	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22

Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui kuesioner reliabel atau tidak, dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan menggunakan program IBM SPSS 22. Kriteria nilai uji reliabilitas adalah:

1. Apabila hasil koefisien *Alpha* lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut *reliabel*.
2. Apabila hasil koefisien *Alpha* lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut tidak *reliabel*.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

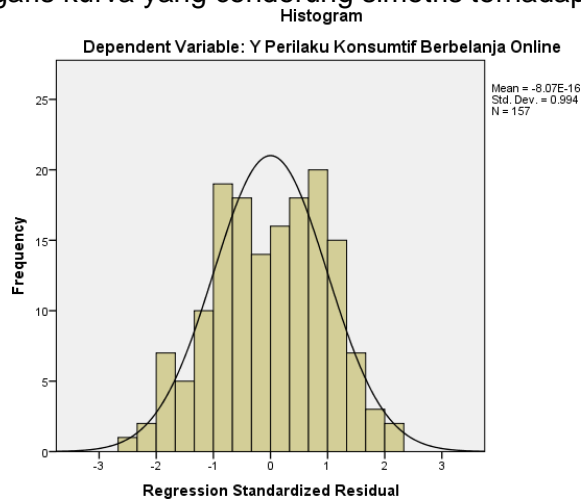
No	Variabel	Nilai Cronbach's alpha	Keterangan
1.	Kelompok teman sebaya (X1)	0,720	<i>Reliabel</i>
2.	Gaya hidup (X1)	0,868	<i>Reliabel</i>
3.	Perilaku Konsumtif (Y)	0,801	<i>Reliabel</i>

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2020)

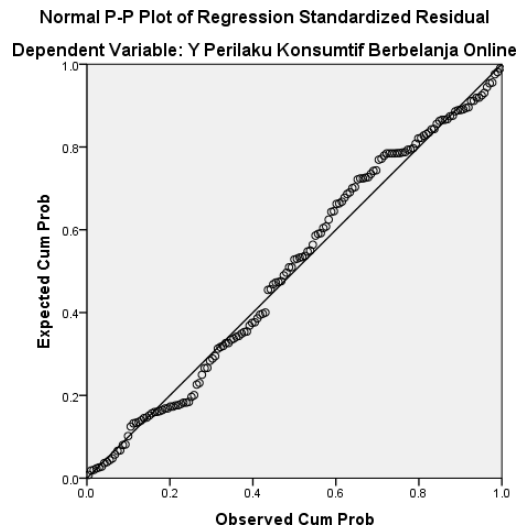
Dari hasil olah data SPSS, maka didapatkan atas keseluruhan variabel dengan nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60 atau 60%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel dinyatakan *reliabel*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi secara normal atau tidak normal. Untuk mengetahui normal tidaknya sebuah distribusi, bisa menggunakan grafik histogram. Data dinyatakan berdistribusi normal jika membentuk garis kurva yang cenderung simetris terhadapmean.



Gambar 1. Grafik Histogram Uji Normalitas



Gambar 2. Normal Probability Plot Uji Normalitas

Dari grafik normal *Probability Plot* yang didapatkan dari hasil analisa data melalui program SPSS 22, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa populasi data berdistribusi normal, sehingga model regresi pada penelitian ini layak dipakai untuk melakukan prediksi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

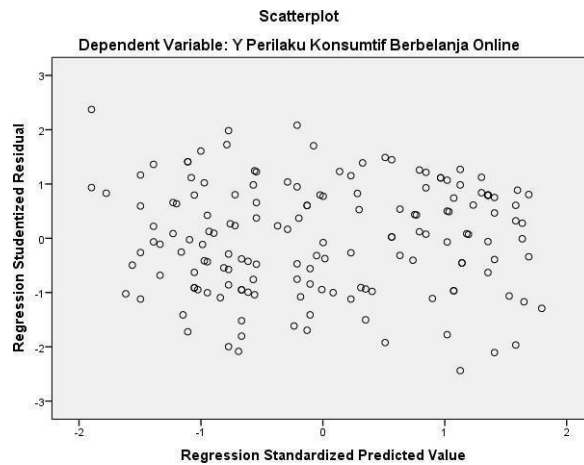
Model		Unstandardized		Standardized	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients	Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.938	2.310			
	X1 Kelompok					
	Teman	.818	.086	.598	.980	1.021
	Sebaya					
	X2 Gaya					
	Hidup	.155	.064	.153	.980	1.021

a. Dependent Variable: Y Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22 (2020)

Pada kolom tabel 21, dapat dilihat nilai tolerance pada variabel kelompok teman sebaya dan gaya hidup sebesar 0,980. Nilai VIF dari variabel kelompok teman sebaya dan gaya hidup sebesar 1,021.

Dapat ditarik kesimpulan, dari nilai *tolerance* tiap-tiap variabel > 0,1 dan nilai VIF (*Variance Infloating Factor*) tiap-tiap faktor tidak lebih dari 10. Sehingga pada tiap-tiap variabel penelitian tidak menunjukkan adanya multikolinieritas dalam model regresi.



Gambar 3. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 3, tampilan scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas maupun dibawah sumbu *regression studentized residual*. Selain itu, titik- titik tidak membentuk pola seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit. Sehingga, berdasarkan uji heteroskedastisitas di atas, pada model tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.638 ^a	.407	.399	3.53681	1.538

a. Predictors: (Constant), X2 Gaya Hidup, X1 Kelompok Teman Sebaya
 b. Dependent Variable: Y Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 22

Dari hasil pengujian menggunakan SPSS didapatkan angka besaran *Durbin-Watson* adalah sebesar 1.538 yang berarti antara -2 sampai dengan 2. Sehingga disimpulkan tidak ada autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil olah data SPSS 22 , koefisien regresi linier berganda diperoleh hasil Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut : $Y = 6,938 + 0,818X_1 + 0,155X_2 + e_i$

Keterangan :

X₁ = Kelompok Teman Sebaya

X₂ = Gaya Hidup

Y = Perilaku Konsumtif

Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil penelitian diperoleh nilai R^2 (Rsquare) sebesar 0,407 menunjukkan bahwa kontribusi antara variabel bebas yaitu kelompok teman sebaya (X_1), dan gaya hidup (X_2) secara bersama-sama (simultan). Angka Rsquare atau koefisien determinasi adalah 0,407. Hal ini menunjukkan bahwa 40,7% variansi dari perilaku konsumtif (Y) bisa dijelaskan oleh variansi dari X (kelompok teman sebaya dan gaya hidup) di SMK Pandu 2. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 40,7% = 59,3%) disebabkan oleh variabel atau faktor lain yang tidak dibahas dalam model regresi di penelitian ini, misalnya faktor internal (motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, sikap) faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, keluarga) dan lain sebagainya.

Uji Pengaruh Bebas Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan nilai F_{hitung} adalah 52,796. dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai F_{hitung} adalah 52,796. Sedangkan F_{tabel} adalah sebesar 3,05. Hasil F_{tabel} 3,05 di dapat dari $(k - 1) (3 - 1 = 2)$ dilihat pada tabel distribusi F, pada kolom 3 baris 1 yaitu 2 (total seluruh variabel 3 dikurangi jumlah variabel terikat 1) pada baris ke 2 yaitu 154 (total responden 157 dikurangi jumlah variabel 3) ($n - k = 157 - 3 = 154$) dengan kata lain karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $52,796 > 3,05$ hal ini berarti bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel X_1 dan X_2 berpengaruh signifikan terhadap Y .

Uji Pengaruh Bebas Secara Parsial (Uji t)

Apabila nilai $sig < 0,05$ maka, dapat diketahui variabel-variabel bebasnya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dari tabel 26, dapat dilihat hasil sig untuk variabel X_1 adalah 0,000, sedangkan sig pada variabel X_2 adalah 0,016. Dari kedua variabel tersebut, dapat diketahui bahwa hasil $sig < 0,05$.

Pada pencocokan nilai pada t_{tabel} adalah sebesar total keseluruhan data variabel dikurangi jumlah data variable ($157 - 3 = 154$), sehingga didapat nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,654. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa tiap-tiap variabel dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat di ambil kesimpulan :

Dari tabel di atas X_1 nilai t_{hitung} adalah sebesar 9,531. Maka $9,531 > 1,654$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) Variabel kelompok teman sebaya (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) di SMK Pandu 2 sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 .

Dari tabel di atas X_2 nilai t_{hitung} adalah sebesar 2,436. Maka $2,436 > 1,654$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) Variabel gaya hidup (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) di SMK Pandu 2 sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 .

Dari hasil analisis data yang dilakukan mengenai kelompok teman sebaya dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada siswa dan siswi SMK Pandu 2 dijabarkan sebagai berikut:

Pengaruh Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh antara kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online*. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan ada pengaruh antara variabel kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di SMK Pandu 2.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online*. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari taraf signifikansi hasil sebesar 0,016

tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H₁ diterima dan H₀ ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan ada pengaruh antara variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* di SMK Pandu 2.

Secara simultan (keseluruhan) ada pengaruh yang signifikan dari variabel kelompok teman sebaya dan gaya hidup terhadap peningkatan persentase perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa dan siswi SMK Pandu 2. Pernyataan ini berdasarkan pada nilai Fhitung adalah 52,796 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau Sig < 0,05 yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel X₁ dan X₂ berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* SMK Pandu 2

Dari hasil analisa data diperoleh persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :
$$Y = 6,938 + 0,818X_1 + 0,155X_2 + e_i$$

Dimana Y adalah perilaku konsumtif berbelanja *online* yaitu 6,938 satuan, X₁ adalah kelompok teman sebaya yaitu 0,818 satuan, dan X₂ adalah gaya hidup yaitu 0,155 satuan. Dari persamaan tersebut diketahui bahwa variabel X₁ kelompok teman sebaya memberikan pengaruh yang paling besar yaitu sebesar 0,818 satuan diantara variabel gaya hidup, walaupun variabel gaya hidup memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* (Y) di SMK Pandu 2.

KESIMPULAN

Ada pengaruh yang signifikan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa-siswi SMK Pandu 2 secara parsial sebesar 9,531. Hal ini berarti semakin tinggi pengaruh kelompok teman sebaya maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa. Sebaliknya jika semakin rendah pengaruh kelompok teman sebaya maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa. Ada pengaruh yang signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa- siswi SMK Pandu 2 secara parsial sebesar 2,436. Hal ini berarti semakin tinggi pengaruh gaya hidup maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa. Sebaliknya jika semakin rendah pengaruh gaya hidup maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa. Ada pengaruh yang signifikan kelompok teman sebaya dan gaya hidup secara simultan sebesar 52,796. terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa- siswi SMK Pandu 2. Hal ini berarti apabila pengaruh kelompok teman sebaya siswa tinggi dan gaya hidup siswa tinggi maka perilaku konsumtif berbelanja *online* siswa akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, ISSN : 2338-2864 Volume 7, Nomor 2, September 2018.
- Amaliya, Luthfatul, Khasan Setiaji. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas Xi Sma Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*, p-ISSN 2252- 6544 e-ISSN 2502-356X Vol. 6 No. 3 2017.
- Amrin. (2016). Data Mining Dengan Regresi Linier Berganda Untuk Peramalan Tingkat Inflasi. *Jurnal Techno Nusa Mandiri*, ISSN 1978-2136 Vol. XIII No. 1 Maret 2016.
- Anggraeni, Elly. (2017). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Destisya, Jhulia, Ria Septika, Yoyok Hendarso, dan Yusnaini. (2019). Peran Peer Group

- Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, Vol. 5 No. 2 2019.
- Dewi, Nurita, Rusdarti, St. Sunarto. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, TemanSebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, p-ISSN 2301-7341 e- ISSN 2502-4485 Vol. 6 No. 1 2017.
- Dikria, Okky, Sri Umi Mintarti W. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *JPE Volume 9, Nomor 2, 2016*.
- Fajrin, Fingky Verawati, Sampurno Wibowo. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018. *Jurnal Ekonomi*. ISSN : 2442-5826 Vol 4, Nomor 2, Agustus 2018.
- Faroh, Wahyu Nurul. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook Perawatan Wajah). *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen UniversitasPamulang*, Vol. 4 No. 2 April 2017.
- Fitrawaty, Rea Dinda Aulia Hasibuan. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, p-ISSN 2302- 030X e-ISSN 2614-2295 Volume 6, Nomor 7, Desember 2018.
- Haryana, Ratih Dewi Titisari. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, p-ISSN 1693-1378 e-ISSN 2598-9952 Volume 16, Nomor 1, April 2020.
- Iskandar, Rahmayanti. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis* , Vol. 9 No. 2 September 2018.
- Mahrunnisya, Dyanti, Mintasih Indriayu, Dewi Kusuma Wardani. (2020). *Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Sma Di Kota Bandar Lampung. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Ilmu Ekonomi, dan Kewirausahaan*, Vol. 2 No. 1 2020.
- Manjasari, Fitriya. 2017. *Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Jurnal Bisnis*. ISSN: 1907 – 5235 Vol. 12 No. 1 Februari 2017.
- Mendrofa, Natanael Arya Nanda dan Lasmono Tri Sunaryanto. 2020. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Belanja Online Di Pasar Tradisional Kota Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Situs Tumbasin.Id)*. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, Volume 14, Nomor 1, Mei 2020.
- Munir, M. 2018. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 1 No 2 April 2018.
- Najiyah, Virqotin, Tri Kurniastuti, Erlin Widya Fatmawati. 2018. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Ke Pantai Serang Kabupaten Blitar. Jurnal Viabel Pertanian*, p-ISSN : 1978- 5259 e-ISSN : 2527-3345 Vol. 12 No. 1 Mei 2018.