

PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP GAYA HIDUP PADA MAHASISWA

Imam Abdillah Lukman¹, Novi Widias Tuti², Julia Aridhona³, Maria Ulfa⁴, Lukmanul Hakim⁵

^{1,2,3,4}Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Aceh, Indonesia

⁵Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Serambi Mekkah, Indonesia

Email: ¹imam.abdillah@unmuha.ac.id, ²novirosadii@gmail.com, ³julia.aridhona@unmuha.ac.id,

⁴maria.ulfa@unmuha.ac.id, ⁵lukmanulhakim@serambimekkah.ac.id

ABSTRAK

kata kunci:

perilaku konsumtif,
gaya hidup, mahasiswa

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli sesuatu yang tidak menjadi kebutuhan utama secara mutlak yang harus dipenuhi oleh seseorang yang berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup pada mahasiswa, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 160 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Aceh dengan pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling yaitu teknik purposive sampling. Pengambilan data menggunakan model skala likert dengan menyebarkan kuesioner kepada subjek penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menganalisis data. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumtif terhadap gaya hidup sebesar 17,9 % dengan nilai $p < 0,000$ atau $p < 0,005$ sedangkan sisanya 82,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Jenis gaya hidup yang memberikan pengaruh tertinggi pada penelitian ini adalah jenis gaya hidup industri.

keywords:

consumptive behavior,
lifestyle, students

Consumptive behavior is the act of buying something that is not the absolute main need that must be fulfilled by someone based on desire rather than based on need. The purpose of this study is to determine the influence of consumptive behavior on the lifestyle of students, the research method used is a quantitative method. The subjects in this peelitian were 160 students of the University of Muhammadiyah Aceh with sampling using a non-probability sampling technique, namely the purposive sampling technique. Data collection uses a Likert scale model by distributing questionnaires to research subjects using simple linear regression analysis to analyze the data. The results of the study showed that there was a significant influence between consumptive behavior on life expectancy of 17.9% with a value of $p < 0.000$ or $p < 0.005$ while the remaining 82.1% was influenced by other variables. The type of lifestyle that has the highest influence on this study is the type of industrial lifestyle.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi, serta informasi semakin canggih dan berdampak pada masyarakat keseluruhan. Akibat perkembangan teknologi tersebut, secara tidak langsung mengubah perilaku masyarakat khususnya kaum muda atau remaja yang saat ini bergerak atas dasar perkembangan teknologi. Salah satu perilaku yang sangat berpengaruh oleh adanya perkembangan teknologi informasi serta komunikasi adalah peningkatan perilaku konsumtif yang ada dikalangan remaja. Masa remaja merupakan tahap transisi menuju masa dewasa dan mencakup semua perkembangan yang dialami dalam proses persiapan menuju dewasa. Perubahan perkembangan tersebut meliputi aspek fisik, psikis dan psikososial. Masa remaja merupakan salah satu periode dari perkembangan manusia, masa remaja adalah perubahan atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang meliputi perubahan biologis, perubahan psikologis, dan perubahan sosial (Sofia & Adiyanti, 2014).

Adanya perubahan sosial berupa klasifikasi dan stratifikasi sosial menjadi faktor utama dibalik munculnya perilaku konsumtif, sebagaimana didefinisikan masa remaja merupakan masa transisi dalam persiapan menuju masa kedewasaan. Namun perilaku konsumtif sangat umum dalam kelompok sosial. Perilaku konsumtif hadir karena perilaku remaja yang sulit membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Hal inilah menyebabkan perilaku konsumtif muncul di kalangan remaja. Tentu saja, ketika memenuhi kebutuhan diperlukan biaya yang memadai untuk pengeluaran yang dilakukan sehingga kebiasaan untuk memenuhi keinginan yang terkadang juga tidak dibutuhkan akan berdampak pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat dilakukan oleh semua orang mengonsumsi sesuatu dengan alasan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan tidak (Abdullah & Suja'i, 2022) maksimalnya memanfaatkan biaya yang ada. Sedangkan secara psikologis, menyebabkan ketakutan dan kecemasan, konsumen saat ini membeli produk tidak lagi puas dengan kesenangannya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga ditandai dengan keinginan untuk memuaskan kesenangan yang sifatnya meningkatkan status sosial dan wibawa, menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan tidak rasional lainnya (Enrico et al., 2014).

Hal ini menjadi masalah ketika kecenderungan yang terlihat pada remaja itu dilakukan secara berlebihan keinginan ini seringkali mendorong seseorang untuk membeli sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen maupun orang lain, yang bertujuan untuk mencapai kepuasan yang sesaat, juga keinginan untuk meniru orang lain agar tidak berbeda dengan anggotanya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan zaman (Kukar-Kinney et al., 2012a).

Menurut Rombe (2013), menjelaskan bahwa mahasiswa menjaga penampilannya dan mempertahankan kepercayaan dirinya selalu mengikuti dan berusaha memiliki barang-barang mulai dari gaya pakaian hingga barang-barang populer lainnya, mahasiswa akan berusaha untuk mendapatkan barang yang diinginkan sehingga dapat membentuk pola konsumsi yang berlebih.

Hal ini menjadi masalah ketika kecenderungan yang terlihat pada mahasiswa itu dilakukan secara berlebihan keinginan ini sangkali mendorong seseorang untuk membeli sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen maupun orang lain, yang bertujuan untuk mencapai kepuasan yang sesaat, juga keinginan untuk meniru orang lain agar tidak berbeda dengan anggotanya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan zaman (Kukar-Kinney et al., 2012).

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian "Pengaruh perilaku Konsumtif terhadap gaya hidup pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh". Selanjutnya berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup pada mahasiswa Fakultas Psikologi di Universitas Muhammadiyah Aceh.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (dalam Amelia & Rinaldi, 2019) bahwa perilaku konsumtif adalah bentuk tindakan memakai produk yang tidak sesai, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang setelah itu memakai produk jenis yang sama tetapi merek yang berbeda atau banyak orang memakai produk tersebut. Lina dan Rosyid (dalam Amelia & Rinaldi, 2019) juga mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif biasanya melekat jika seseorang membeli sesuatu di luar kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak lagi didasarkan pada kebutuhan tetapi sudah didasarkan pada keinginan yang berlebihan. Adapun aspek-aspek yang dipelajari menurut Lina dan Rosyid (dalam Amelia & Rinaldi, 2019) terdapat tiga aspek perilaku konsumtif yaitu :

a. Pembelian Impulsif (*Impulsif Buying*)

Aspek ini didasarkan pada keinginan yang tiba-tiba atau keinginan sesaat saat seseorang bertindak terhadap pembelian tanpa pertimbangan sebelumnya, dan tidak memikirkan yang akan terjadi kedepannya.

b. Pemborosan (*Wastafel Buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasarkan pada kebutuhan yang jelas.

c. Mencari Kesenangan (*Non Rational Buying*)

Suatu perilaku seseorang membeli sesuatu yang semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satunya adalah kenyamanan fisik yang dilatarbelakangi oleh sifat yang akan membuat orang merasa senang dan nyaman ketika memakai barang yang dapat membuatnya lain dari yang lain.

Gaya Hidup

Abdullah & Suja'i, (2022) gaya hidup merupakan sesuatu yang dihasilkan akibat kemajuan dalam berbagai bidang kreativitas, rasa dan prakarsa manusia. Gaya hidup merupakan perilaku individu dalam mengonsumsi berbagai kebutuhan hidupnya baik kebutuhan utama maupun kebutuhan yang melengkapi. Gaya hidup dan pola konsumsi manusia akan mengikuti budaya, tuntutan zaman, pengaruh lingkungan, efek media dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menurut (Chaney, 1996) ada lima, yaitu :

a. Gaya Hidup Industri

Penampilan diri mengalami estetisasi kehidupan sehari-hari, bahkan tubuh mengalami estetisasi menjadi sebuah proyek munculnya gaya hidup. Penampilan menjadi hal yang terpenting untuk mengungkapkan perhatian dan itulah sebabnya industri gaya hidup sebagian besar adalah industri penampilan.

b. Gaya Hidup Iklan

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan dunia promosi, para politisi dan individu semuanya terobsesi dengan citra gambar. Dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (*image culture*) merupakan tawaran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan.

c. Gaya hidup Public Relation dan Journalisme

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis selebriti membantu dalam pembentukan identitas diri seseorang. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran "aksesoris fashion". Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak *e-generation*, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*) cara menguasai dunia maya (internet), cara gonta-ganti pakaian untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan dalam momen tertentu agar membantu pembeli dalam mencari identitas.

d. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian berarti mampu hidup tanpa bergantung pada orang lain. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan yang bertanggung jawab perlu kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta menjadi strategi dengan kelebihan dan kekurangan untuk mencapai suatu tujuan yang bertanggung jawab. Bertanggung jawab melakukan perubahan-perubahan secara sadar dan memahami bentuk dari setiap risiko serta bersedia menanggungnya dengan disiplin, oleh karena itu akan terbentuknya gaya hidup yang mandiri.

e. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu aktivitas pola hidup untuk mencari kesenangan, lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain. Senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang disenanginya, serta selalu menjadi pusat perhatian dari setiap penampilannya.

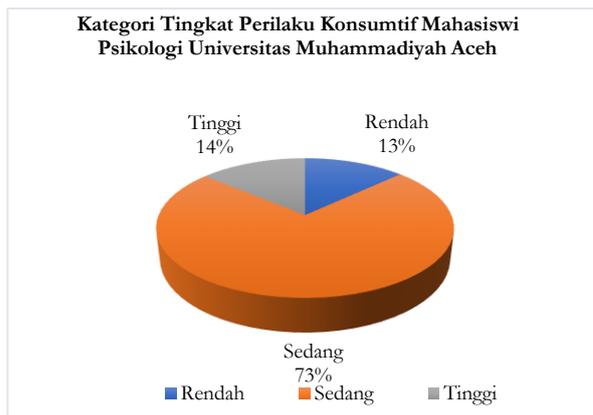
METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu yang memiliki ciri-ciri atau standar yang telah ditetapkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban dalam bentuk pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

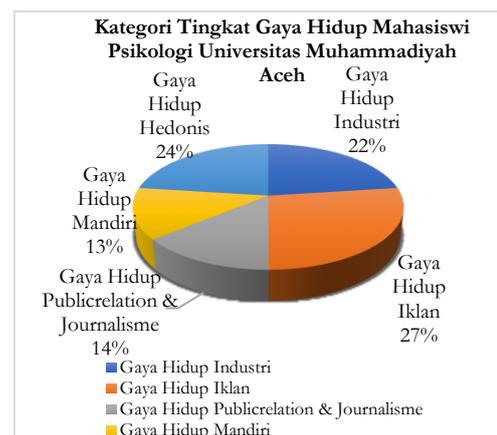
HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 1 menunjukkan bahwa hasil deskripsi variabel perilaku konsumtif, diketahui rentang frekuensi deskripsi data masing-masing kategori yaitu diperoleh kategori rendah sebanyak 22 orang dengan presentase 17%, kategori sedang sebanyak 89 orang dengan persentase 68% dan kategori tinggi sebanyak 19 orang dengan persentase 15%. Dari 130 subjek mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh (Unmuha) yang diteliti didapatkan 19 subjek memiliki perilaku konsumtif dengan kategori tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif sebagian besar mahasiswa berada pada kategori sedang dengan persentase sebanyak 68%.

Gambar 2 menunjukkan hasil deskripsi variabel gaya hidup, diketahui rentang masing-masing jenis gaya hidup yaitu gaya hidup industri dengan persentase 22%, jenis gaya hidup iklan dengan presentase 27%, jenis gaya hidup *public relation & Journalisme* adalah sebesar 14%, jenis gaya hidup mandiri dengan presentase 13% dan gaya hidup hedonis presentase 24%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Fakultas Psikologi Unmuha memiliki jenis gaya hidup iklan dengan persentase sebesar 27%, berikut apabila data ditampilkan dan bentuk diagram :



Gambar 1. Diagram Kategori Variabel Gaya Hidup



Gambar 2. Diagram Kategori Data Variabel Perilaku Konsumtif

Sebelum melakukan uji hipotesis, dilakukan uji asumsi terlebih dahulu, yaitu :

- Uji normalitas, bertujuan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dari hasil uji normalitas yang dilakukan, didapatkan hasil uji normalitas variabel perilaku konsumtif menunjukkan nilai konsumtif 0,065 dengan nilai signifikan $P=0,200$ dan variabel gaya hidup menunjukkan nilai 0,69 dengan nilai signifikan $P=0,098$ yang artinya kedua data tersebut berdistribusi normal, karena nilai signifikansi $P > 0,05$.
- Uji linieritas, bertujuan untuk mengetahui hubungan linier atau tidak antara dua variabel secara signifikan. Dari hasil uji linieritas yang dilakukan, didapatkan bahwa kedua variabel menunjukkan nilai F sebesar 1,463 dengan nilai signifikansi 0,000 atau $P < 0,05$ yang artinya kedua variabel memiliki hubungan yang linear.

Setelah uji asumsi terpenuhi, selanjutnya dilakukan uji regresi untuk mengetahui banyaknya sumbangan atau pengaruh variabel bebas yaitu perilaku konsumtif terhadap variabel terikat gaya hidup. Teknik uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik linier sederhana. Berikut tabel hasil uji regresi :

Tabel 1. Hasil Uji Urgensi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,193 ^a	,179	,001	2,714	,276	,437	1	144	,000
a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif									
b.									

Berdasarkan tabel hasil uji regresi diatas, dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif berpengaruh terhadap gaya hidup. Hal ini dilihat dari nilai R square sebesar 0,179 dengan nilai $F=0,437$ dan nilai $p < 0,000$ lebih kecil dari 0,05 yang artinya perilaku konsumtif sebagai variabel bebas mempengaruhi gaya hidup sebagai variabel terikat sebesar 17,9% sedangkan 82,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berdasarkan pada hasil keseluruhan yang telah dijabarkan diatas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada pengaruh antara perilaku konsumtif terhadap gaya hidup pada mahasiswa Fakultas Psikologi Unmuha, yang artinya hipotesis yang diajukan diterima. Hasil uji regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mempengaruhi gaya hidup sebesar 17,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti : kelompok reverasi teman sebaya (Sari & Anasrulloh, 2023), *endorsement selebgram* (Syifa Ananda Gifari & Fuady, 2022) konsep diri, konformitas dan lainnya (Nastiti, 2017). Meskipun hasil uji regresi menunjukkan bahwa pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup tidak terlalu besar, tetapi hal ini tetap penting menjadi perhatian agar gaya hidup yang berlebihan yang dapat mengganggu aktivitas sebagai manusia dapat dihindari.

Seiring dengan perkembangan zaman, masuknya perilaku konsumtif membawa perubahan pada gaya hidup yang awalnya para mahasiswa membeli sesuatu yang hanya mereka butuhkan saja, menjadi membeli sesuatu yang pada dasarnya tidak dibutuhkan sama sekali, hanya sekedar memenuhi hasrat keinginan semata (Nuro'im & Anasrulloh, 2023). Dengan tidak dapat membedakannya antara kebutuhan dan keinginan maka perilaku konsumtif akan terus mengakar dalam gaya hidup mahasiswa dan dapat menimbulkan permasalahan dalam kehidupannya. Adapun permasalahan yang dapat dirasakan mahasiswi dari segi ekonomi yaitu tidak lagi dapat mengatur keuangan dengan baik, ketika keinginan yang bersifat ini tidak dikelola dengan baik, hal ini

akan membuat mahasiswa mengalami gangguan baik sosial bahkan hingga tidak dapat menemukan jadi dirinya (Octaviana, 2020).

Hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa ada pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup, yang artinya hipotesis yang diajukan diterima, yaitu hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini sesuai dengan hasil statistik yaitu nilai R^2 0,179 dengan nilai $F = 0,437$ sig 0,000 yang artinya perilaku konsumtif sebagai variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yaitu gaya hidup sebesar 17,9%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 130 subjek penelitian, terdapat 22 subjek (17%) yang memiliki perilaku konsumtif dengan katagori rendah, 89 subjek (68%) memiliki perilaku konsumtif dengan katagori sedang dan terdapat 19 subjek (15%) memiliki perilaku konsumtif dengan katagori tinggi, sebagian besar subjek memiliki perilaku konsumtif yang tergolong sedang.

Pada variabel gaya hidup, diketahui masing-masing jenis gaya hidup memberikan pengaruh yang berbeda-beda, jenis gaya hidup industri memberikan pengaruh sebesar 22%, jenis gaya hidup iklan memberikan sumbangan paling besar 27%, jenis gaya hidup *publicrelation & journalisme* memberikan pengaruh sebesar 14%, jenis gaya hidup mandiri memberikan pengaruh sebesar 13% dan gaya hidup hedonis memberikan sebesar 24%. Hal ini menunjukkan bahwa jenis gaya hidup iklan memberikan sumbangan paling besar, hal ini disebabkan melalui iklan nilai dapat menjangkau lebih banyak subjek, dan selalu ditayangkan melalui banyak platform baik media sosial, atau media televisi. Pada penelitian ini variabel perilaku konsumtif memberikan sumbangan 17,9% terhadap variabel gaya hidup.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa hasil analisis data perilaku konsumtif berpengaruh terhadap gaya hidup. Hal ini dilihat dari nilai R^2 sebesar 0,179 dengan nilai $F = 0,437$ dengan nilai sig 0,000 yang artinya perilaku konsumtif memiliki pengaruh sebesar 17,9% terhadap gaya hidup dan 82,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Amelia, D., & Rinaldi. (2019). Hubungan antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa UNP. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(4), 1–11. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v2019i4.7816>
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles-sebuah pengantar komprehensif*. Jalasutra.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *SSRN Electronic Journal*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2357953>
- Kukar-Kinney, M., Ridgway, N. M., & Monroe, K. B. (2012a). The Role of Price in the Behavior and Purchase Decisions of Compulsive Buyers. *Journal of Retailing*, 88(1), 63–71. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2011.02.004>
- Kukar-Kinney, M., Ridgway, N. M., & Monroe, K. B. (2012b). The Role of Price in the Behavior and Purchase Decisions of Compulsive Buyers. *Journal of Retailing*, 88(1), 63–71. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2011.02.004>
- Nastiti, D. A. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif. 5(4), 472–478.
- Nuro'im, A., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester IV, VI, dan VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2294–2309. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.811>
- Octaviana, R. (2020). Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse. *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 5(1), 121–133. <https://doi.org/10.15575/jaqfi.v5i1.6267>
- Rombe, S. (2013). Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. In *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* (Vol. 1, Issue 4). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i4.3520>
- Sari, L. N. E., & Anasrulloh, M. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI DI UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI. *JURNAL ECONOMINA*, 2(7), 1639–1652. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.660>

- Sofia, A., & Adiyanti, M. G. (2014). Hubungan pola asuh otoritatif orangtua dan konformitas teman sebaya terhadap kecerdasan moral. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 4(2), 133–141.
- Syifa Ananda Gifari, & Fuady, M. E. (2022). Hubungan Antara Selebgram dengan Perilaku Komsutif. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1476>