IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi
Vol. 4, No. 1, June 2024, pp. 38-43
https://doi.org/10.33830/ikomik.v4i1.8310

Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ITS

Ahmad Nabil[1], Mochammad Afandi Wirawan[2], Rayhan Lauzzadani[3], Nur Aini Rakhmawati[4]
[1,2,3,4]Institut Teknologi Sepuluh Nopember
e-mail : 5026221027@student.its.ac.id

Article Info

Article history:
Received
June 24th, 2024
Revised
June 27th, 2024
Accepted
June 29th, 2024
Published
June 30th, 2024

Abstrak

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membuat akses internet mudah tersedia bagi semua orang. Penelitian ini menyelidiki hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna media sosial, terutama di kalangan remaja, penelitian ini berfokus pada bagaimana media sosial mempengaruhi kebiasaan pengeluaran mereka. Data dikumpulkan dari mahasiswa ITS melalui survei online dan dianalisis menggunakan metode penelitian korelasional. Hasilnya menunjukkan adanya korelasi signifikan antara penggunaan media sosial yang intensif dan peningkatan perilaku konsumtif. Mahasiswa yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial cenderung lebih terpengaruh oleh iklan dan konten promosi, yang mengarah pada pengeluaran yang lebih tinggi dan seringkali tidak perlu. Penelitian ini menyoroti perlunya keterlibatan aktif dari pihak universitas dan orang tua dalam memantau dan membimbing penggunaan media sosial mahasiswa untuk mengurangi dampak tersebut.

Kata Kunci*:* Perilaku konsumtif, media sosial, mahasiswa.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sekarang telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, kecanggihan teknologi yang ada saat ini membuat semua orang sudah dengan mudah dapat mengakses internet. Masyarakat yang dahulunya harus melakukan komunikasi dengan mengirim sebuah surat sudah tidak perlu bersusah payah lagi jika ingin berkomunikasi dengan keluarga atau teman yang sedang berjarak jauh. Hampir semua orang dapat dengan mudah berkomunikasi dengan orang lain dimanapun dengan mudah melalui media sosial.

Dengan mudahnya akses media sosial pada zaman sekarang, maka hal itu berefek dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial. Contohnya di Indonesia yang mempunyai jumlah populasi sebanyak 278,7 juta orang, berdasarkan data yang kami dapatkan dari Datareportal.com yang dilaksanakan pada awal tahun 2024, jumlah aktif pengguna media sosial di Indonesia mencapai angka 139,0 juta orang yaitu sebesar 49.9 persen dari total jumlah populasi di Indonesia. Pada zaman sekarang, terdapat jenis-jenis media sosial yang cukup beragam. Menurut riset dari We Are Social, media sosial yang mempunyai jumlah pengguna terbanyak di Indonesia adalah Facebook, Instagram, Youtube, X dan Tiktok. Adanya keragaman jenis media sosial ini tidak luput karena banyaknya pengguna media sosial yang ada pada zaman sekarang, para perusahaan pendiri aplikasi-aplikasi ini saling berlomba untuk memenangkan hati pengguna dengan menyediakan banyaknya fitur yang semakin menarik perhatian pengguna. Dari sekian banyak fitur yang dibuat oleh perusahaan tersebut, fokus dari pengembangan fitur tersebut tidak lain ditujukan untuk kaum remaja.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang media sosial tersebut sangat memfokuskan pengembangan aplikasinya untuk kaum remaja karena remaja sendiri merupakan potensi terbesar yang dimiliki dari sebuah media sosial. Menurut data yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik, pada bulan Maret tahun 2023 terdapat sebesar 94,16 persen pemuda Indonesia yang mempunyai umur dengan jarak 16-30 tahun yang pernah mengakses internet dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Dari data tersebut, kebanyakan pemuda mengakses internet untuk menggunakan media

sosial. Para remaja biasanya menggunakan media sosial untuk membagikan momen berharga dengan teman, keluarga atau kekasihnya melalui foto-foto atau video bersama orang tersebut. Dengan media sosial, mereka dapat mendapatkan komentar serta membalas komentar tersebut untuk berhubungan dengan seseorang. Semakin majunya era digital saat ini semakin membuat remaja-remaja lebih sering menghabiskan waktunya di media sosial karena menurut mereka media sosial merupakan tempat yang mereka anggap nyaman. Bahkan, para remaja dapat menghabiskan waktu berjam-jam saat memainkan media sosial mereka. Menurut laporan We Are Social, pada bulan Januari tahun 2024 para remaja menghabiskan waktu selama 3 jam 41 menit setiap harinya untuk bermain media sosial.

Penggunaan media sosial yang berlebih ini dapat memberikan dampak pada pengguna-penggunanya khususnya para remaja di Indonesia. Menggunakan media sosial sendiri dapat memberikan dampak yang positif pada penggunanya, yaitu dapat melakukan komunikasi serta berhubungan dengan mudah dan simpel serta dapat menambah teman. Akan tetapi, ketika sering menggunakan media sosial juga akan memunculkan iklan dari suatu produk. Hal inilah yang selanjutnya dapat berdampak kepada keinginan seseorang untuk membeli produk tersebut. Para remaja bukan hanya menggunakan media sosial untuk bersosialisasi, namun juga membeli sebuah barang yang nantinya dapat berdampak buruk. Hal buruk tersebut adalah menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merujuk pada seseorang yang mengeluarkan uang secara berlebihan baik sadar maupun tidak sadar terhadap sebuah produk, jasa atau brand dan akan berkelanjutan (Fungky et al., 2021). Masa remaja merupakan masa perkembangan dari masa anak-anak dimana perkembangan ini ditandai oleh adanya perubahan fisik, emosi, serta psikis (Sofia & Adiyanti, 2013). Oleh karena itu, media sosial juga dapat memberikan dampak yang buruk bagi penggunanya.

Perilaku konsumtif dapat membuat para remaja cenderung lebih banyak untuk membelanjakan uangnya daripada memilih untuk menabung uang tersebut (Fitriyani et al., 2013). Perilaku konsumtif dapat menyebabkan para remaja untuk menghabiskan uang yang seharusnya dapat ditabung, namun malah dihamburkan secara sia-sia untuk membeli suatu barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak yang negatif, khususnya untuk mahasiswa. Dampak negatif yang dapat timbul adalah munculnya kecemburuan sosial antara mahasiswa, mengurangi jumlah untuk menabung dan tidak memikirkan rencana keuangan untuk masa depan (Perdana, 2018). Dengan adanya perilaku konsumtif, maka mahasiswa cenderung akan gemar untuk membeli barang-barang keluaran terbaru agar merasa gaul, hal inilah yang akhirnya dapat menyebabkan kecemburuan sosial di antara mahasiswa. Mahasiswa lain yang tidak dapat membeli barang-barang terbaru tersebut akan merasa iri karena tidak sanggup untuk membeli, sehingga akan menyebabkan timbulnya kesenjangan sosial antara mahasiswa yang seharusnya mereka dapat berteman dengan akrab.

Oleh karena itu, kami membuat penelitian ini yang bertujuan untuk menentukan hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku konsumtif dari para remaja, khususnya mahasiswa ITS. Terdapat banyak temuan kasus yang berhubungan antara perilaku konsumtif dan juga media sosial, yang menyebabkan keresahan dari para keluarga remaja. Dalam artikel ini, akan membahas tentang bagaimana pengaruh negatif dari media sosial dapat terhubung kepada perilaku konsumtif mahasiswa yang cenderung mudah untuk tergoda membeli suatu produk. Artikel ini akan mencantumkan data-data pendukung berupa metode penelitian serta hasil penelitian yang selaras dengan pembahasan kami untuk membuktikan penelitian kami.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasional (*correlational research*) yang bertujuan untuk memahami hubungan antara faktor-faktor yang ada, menggunakan koefisien korelasi sebagai indikatornya. Dalam studi ini, analisis dilakukan dengan memperlihatkan relasi antar variabel melalui teknik seperti tabulasi silang dan analisis korelasi. Penelitian korelasional menguji perbedaan karakteristik dari dua atau lebih variabel atau entitas (Pratama et al.,2023)

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Intstitut Teknologi Sepuluh Nopember. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan dua teknik yaitu, Product Moment dari Pearson untuk menguji validitas dan Alpha Cronbach's untuk menguji reliabilitas. Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (media sosial, dilambangkan sebagai (X)) dan satu variabel terikat (perilaku konsumtif, dilambangkan sebagai (Y)).

Untuk mengumpulkan data diperoleh melalui survei/kuesioner online menggunakan Google

Form yang disebarkan kepada mahasiswa ITS. Data diperoleh melalui survei online menggunakan Google Form yang disebarkan kepada mahasiswa ITS. Google Form adalah salah satu aplikasi berupa template formulir atau lembar kerja yang dapat dimanfaatkan secara mandiri ataupun bersama-sama untuk tujuan mendapatkan informasi pengguna (Mardiana et al., 2017)

Pada kuisioner ini terdiri dari 2 bagian. Bagian pertama,mengacu pada profil responden seperti nama, jenis kelamin, umur, dan apakah memiliki media sosial atau tidak. Pada bagian 2, mengacu pada sikap responden saat menggunakan media sosial dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi kebiasaan serta perilaku konsumtif mereka. Pada bagian 2 ini responden diminta untuk mengisi jawaban menggunakan metode skala likert. Terdapat 2 jenis skala likert yang digunakan. Pertama, 5 poin mulai dari sangat jarang (1) hingga sangat sering (5). Kedua, 5 poin mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5).

Pertanyaan yang digunakan pada kuesioner untuk paper ini menggunakan pertanyaan - pertanyaan dari penelitian Mustomi, et al (2020) yang telah diuji validitas dan reabilitasnya. Semua data yang dikumpulkan akan diolah menggunakan software SPSS versi 29. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil dari kuesioner ini telah diunggah ke situs web *repository* Zenodo.

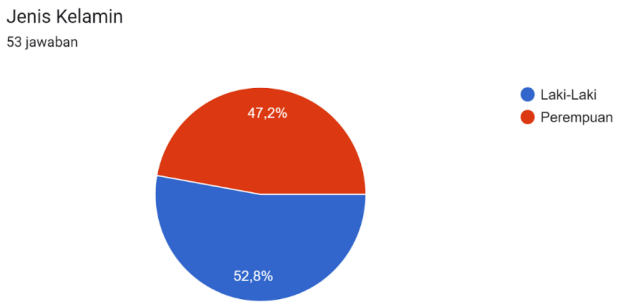
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data kuesioner yang telah dibagikan kepada mahasiswa-mahasiswa ITS diperoleh hasil jawaban dari 53 responden yang dapat membantu untuk membahas tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif dari mahasiswa ITS. Berikut merupakan tabel hasil dan pembahasan dari pertanyaan kuesioner bagian 1 terkait profil responden.

Tabel 1. Profil Responden

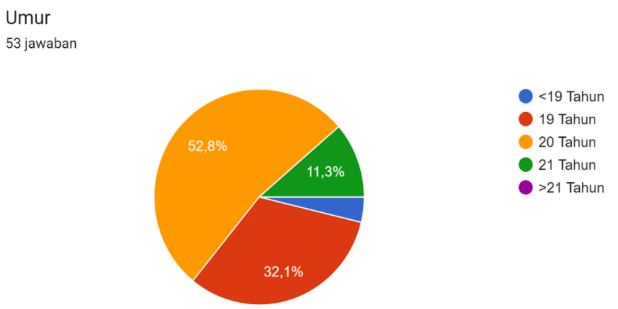
NO	Indikator	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	28	52,8%
	Perempuan	25	47,2%
2	Umur		
	<19 Tahun	2	3,8%
	19 Tahun	17	32,1%
	20 Tahun	28	52,8%
	21 Tahun	6	11,3%
	>21 Tahun	0	0,0%
3	Anda Memiliki Media Sosial		
	Ya	53	100%
	Tidak	0	0,0%

Pada tabel satu yang berisi data responden, diperoleh hasil bahwa jumlah responden laki-laki adalah 28 orang atau 52,8%, sedangkan jumlah responden perempuan adalah 25 orang atau 47,2%. Berikut ini adalah data gender dalam bentuk pie chart:



Gambar 1. Pie Chart Jenis Kelamin

Data mengenai persebaran umur dari 53 responden menunjukkan bahwa terdapat 2 responden yang berusia <19 tahun, atau 3,8% dari total responden. Jumlah responden berusia 19 tahun adalah 17 orang, atau 32,1%. Ada 28 responden yang berusia 20 tahun, atau 52,8% dari total. Sementara itu, 6 responden yang berusia 21 tahun atau 11,3% dari total responden. Terakhir, terdapat 0 responden yang berusia >21 tahun atau berjumlah 0%. Berikut ini adalah representasi data umur dalam bentuk pie chart:



Gambar 2. Pie Chart Persebaran Umur

Data mengenai apakah responden memiliki media sosial atau tidak didapatkan hasil seperti berikut, didapatkan 53 responden yang mengisi kuesioner menjawab iya, atau 100% dari total pengisi kuesioner. Sedangkan, 0 responden menjawab tidak, atau 0% dari total pengisi kuesioner.

Uji Validitas Variabel X

Pengujian validitas dilakukan untuk mengevaluasi seberapa valid kuesioner tersebut. Dalam pengujian ini, jika nilai r hitung melebihi nilai r tabel, maka kuesioner dianggap valid, dan sebaliknya. Nilai r tabel untuk kuesioner ini adalah xxx dengan tingkat signifikansi xxx%.

Berikut hasil pengujian validitas dari 4 item kuesioner variabel X media sosial menggunakan perangkat lunak SPSS 29:

Tabel 2. Pengaruh Media Sosial

No	Pertanyaan
1	Anda sering menggunakan Media Sosial setiap hari
2	Anda menggunakan Media Sosial untuk berbelanja
3	Anda menggunakan Media Sosial untuk belajar
4	Anda menggunakan Media Sosial sebagai hiburan

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel (X)

No	r hitung	r tabel	Hasil
1	0.413	0,271	Valid
2	0.633	0,271	Valid
3	0.645	0,271	Valid
4	0.458	0,271	Valid

Hasil pengujian validitas dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa semua item dalam uji validitas variabel X memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ke-4 item dalam kuesioner dinyatakan valid.

Correlations

		px1	px2	px3	px4	Media_Sosial
px1	Pearson Correlation	1	.165	.156	.021	.413**
	Sig. (2-tailed)		.238	.266	.883	.002
	N	53	53	53	53	53
px2	Pearson Correlation	.165	1	.091	-.131	.633**
	Sig. (2-tailed)	.238		.518	.351	<,001
	N	53	53	53	53	53
px3	Pearson Correlation	.156	.091	1	.162	.645**
	Sig. (2-tailed)	.266	.518		.246	<,001
	N	53	53	53	53	53
px4	Pearson Correlation	.021	-.131	.162	1	.458**
	Sig. (2-tailed)	.883	.351	.246		<,001
	N	53	53	53	53	53
Media_Sosial	Pearson Correlation	.413**	.633**	.645**	.458**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	<,001	<,001	<,001	
	N	53	53	53	53	53

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. Hasil Uji Validitas Variabel (X)

Uji Reabilitas Variabel X

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi kuesioner. Dalam pengujian ini, jika nilai alpha melebihi nilai r tabel, maka kuesioner dianggap reliabel. Berikut ini adalah hasil dari pengujian reliabilitas yang menggunakan perangkat lunak SPSS 29:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X)

Cronbach Alpha	Item
0.394	4

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai alpha (0.394) lebih besar daripada nilai r tabel (0.271). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ke-4 item data dalam kuesioner variabel X dapat dianggap reliabel.

Pada penelitian ini juga terdapat pertanyaan kuesioner pada bagian 2 mengenai variabel Y tentang perilaku konsumtif kepada responden yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Berikut ini adalah tabel pertanyaan kuesioner variabel Y yang harus diisi oleh responden:

Uji Validitas Variabel Y

Pengujian validitas dilakukan untuk mengevaluasi seberapa valid kuesioner tersebut. Dalam pengujian ini, jika nilai r hitung melebihi nilai r tabel, maka kuesioner dianggap valid, dan sebaliknya. Nilai r tabel untuk kuesioner ini adalah xxx dengan tingkat signifikansi xxx%.

Berikut hasil pengujian validitas dari 4 item kuesioner variabel Y media sosial menggunakan perangkat lunak SPSS 29:

Tabel 5. Perilaku Konsumtif Mahasiswa ITS

	Pertanyaan
1	Media sosial berpengaruh terhadap keuangan anda
2	Media sosial membuat intensitas belanja meningkat
3	Iklan di Media Sosial mempengaruhi anda untuk berbelanja
4	Berbelanja di media sosial memberikan banyak diskon

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel (Y)

No	r hitung	r tabel	Hasil
1	0.802	0,271	Valid
2	0.892	0,271	Valid
3	0.832	0,271	Valid
4	0.610	0,271	Valid

Correlations

		py1	py2	py3	py4	Perilaku_Konsumtif
py1	Pearson Correlation	1	.691**	.543**	.244	.802**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	.079	<,001
	N	53	53	53	53	53
py2	Pearson Correlation	.691**	1	.665**	.419**	.892**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	.002	<,001
	N	53	53	53	53	53
py3	Pearson Correlation	.543**	.665**	1	.363**	.832**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		.007	<,001
	N	53	53	53	53	53
py4	Pearson Correlation	.244	.419**	.363**	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	.079	.002	.007		<,001
	N	53	53	53	53	53
Perilaku_Konsumtif	Pearson Correlation	.802**	.892**	.832**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	53	53	53	53	53

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 5. Hasil Uji Validitas Variabel (Y)

Hasil pengujian validitas dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa semua item dalam uji validitas variabel Y memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ke-4 item dalam kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas Variabel Y

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi kuesioner. Dalam pengujian ini, jika nilai alpha melebihi nilai r tabel, maka kuesioner dianggap reliabel. Berikut ini adalah hasil dari pengujian reliabilitas yang menggunakan perangkat lunak SPSS 29:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y)

Cronbach Alpha	Item
0.799	4

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai alpha (0.799) lebih besar daripada nilai r tabel (0.271). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ke-4 item data dalam kuesioner variabel Y dapat dianggap reliabel.

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk variabel X dan Y, langkah berikutnya adalah uji analisis korelasi Pearson. Dalam analisis ini, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka terdapat korelasi. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak ada korelasi atau hubungan.

Berikut merupakan uji korelasi menggunakan software SPSS 29:

Correlations

		Media_Sosial	Perilaku_Konsumtif
Media_Sosial	Pearson Correlation	1	.311*
	Sig. (2-tailed)		.024
	N	53	53
Perilaku_Konsumtif	Pearson Correlation	.311*	1
	Sig. (2-tailed)	.024	
	N	53	53

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 4. Hasil Uji Korelasi

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.024 lebih kecil dari 0.05, yang berarti terdapat korelasi antara penggunaan media sosial dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Dari hasil uji korelasi diatas, berarti bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini dapat dipahami bahwa penggunaan media sosial dapat mendorong mahasiswa untuk lebih sering berbelanja. Dengan berbagai fitur dan promosi yang ada di media sosial, mahasiswa mungkin lebih terdorong untuk membeli barang-barang yang mungkin tidak mereka butuhkan sebelumnya. Meskipun keuangan mahasiswa umumnya masih bergantung pada uang saku dari orang tua, media sosial dapat mempengaruhi mereka untuk membelanjakan uang mereka secara lebih konsumtif.

Selain itu, usia mahasiswa yang cenderung ingin mencoba hal-hal baru dan mengikuti tren dapat meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk yang diiklankan di media sosial. Promosi dan

diskon yang sering ditawarkan juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi mereka untuk berbelanja lebih sering. Pada akhirnya, meskipun kebutuhan hidup mahasiswa mungkin tidak sebanyak mereka yang sudah berkeluarga, pengaruh media sosial tetap bisa membuat mereka lebih konsumtif dalam berbelanja.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Data menunjukkan bahwa semakin lama waktu yang dihabiskan oleh mahasiswa untuk bermain media sosial, semakin besar dampaknya terhadap perilaku konsumtif mereka. Mahasiswa yang terlalu fokus pada media sosial cenderung terpengaruh oleh iklan dan konten promosi yang sering muncul di platform tersebut. Kondisi inilah yang dapat meningkatkan dorongan mereka untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, yang ditandai dengan meningkatnya frekuensi dan jumlah pengeluaran yang tidak terencana.

Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan peran aktif dari pihak kampus dan orang tua dalam mengontrol dan membimbing penggunaan media sosial mahasiswa. Kampus dan orang tua harus memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang dampak negatif yang akan muncul ketika menggunakan media sosial dengan berlebihan dan pentingnya untuk membatasi durasi bermain media sosial serta bersikap kritis terhadap iklan dan promosi yang muncul. Dengan cara ini, diharapkan mahasiswa dapat terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan serta dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi, 12(1), 1-14.* https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14.

Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masa pandemi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(1), 82-98.* https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.71.

Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. Datareportal. Dapat diakses di: *https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia (Diakses pada 21 Februari 2024).*

Mardiana, T., & Purnanto, A. W. (2017). Google form sebagai alternatif pembuatan latihan soal evaluasi. URECOL, 183-188. *https://journal.unimma.ac.id/index.php/urecol/article/view/1582*

Muhamad, N. (2024). Mayoritas Anak Muda Indonesia Gunakan Internet untuk Media Sosial. Databoks. Katadata. *https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/11/mayoritas-anak-muda-indonesia-gunakan-internet-untuk-media-sosial*

Nabil, A., Wirawan, M. A., Lauzzadani, R., & Rakhmawati, N. A. (2024). RayhanLauzzadani/Dataset-Kuesioner-Pengaruh-MediaSosial-terhadap-PerilakuKonsumtif. *Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.11322397.*

Perdana, P. I., & Mujiasih, E. (2018). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi angkatan 2016 fakultas psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati, 6(4), 195-208. https://doi.org/10.14710/empati.2017.20031*

Pratama, R., Aisyah, S. A., Putra, A. M., Sirodj, R. A., & Afgan, M. W. (2023). Correlational Research. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 6(3), 1754-1759.*

Sofia, A., & AdiyantI, M. G. (2013). Hubungan pola asuh otoritatif orang tua dan konformitas teman sebaya terhadap kecerdasan moral. Jurnal pendidikan progresif, 4(2), 133-141.