

PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI SUKU SUMBAWA DI PULAU LOMBOK: PERSPEKTIF INTERAKSIONISME SIMBOLIK

CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF SUMBAWANESE FEMALE UNIVERSITY STUDENTS ON LOMBOK ISLAND: A SYMBOLIC INTERACTIONIST PERSPECTIVE

Novitasari¹, Abdul Latif², M. Zainul Asror^{3*}, Ahmad Tohri⁴

Universitas Hamzanwadi, Indonesia

*Email Correspondence: asror.mz@hamzanwadi.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the forms of consumptive behavior and the factors influencing consumptive behavior among Sumbawane female students pursuing higher education on Lombok Island, with particular attention to their experiences as migrant students and the role of social interaction. The study employed a qualitative approach with a descriptive design. Informants were selected purposively and consisted of nine Sumbawane female students enrolled in higher education institutions on Lombok Island. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation and analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, involving data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. Data credibility was strengthened through source and technique triangulation. The findings indicate that consumptive behavior is not limited to purchasing unnecessary goods but also takes the form of trend-oriented consumption, lifestyle consumption, peer-mediated purchasing, spontaneous buying, and the use of digital payment services. Social media, peer conformity, transaction convenience, lifestyle, and economic conditions operate as interrelated factors. As migrant students, the participants negotiate consumption practices associated with their home culture with consumption patterns encountered in their university and residential environments. From a symbolic interactionist perspective, commodities and consumption activities acquire social meanings through interaction, allowing consumption to function as a mechanism of social adjustment and identity presentation. These findings highlight the importance of financial literacy, self-control, and media literacy in fostering more reflective and rational consumption practices among university students.

Keywords: consumptive behavior, migrant female students, Sumbawane students, social media, digital payment, symbolic interactionism.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk perilaku konsumtif dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Suku Sumbawa yang menempuh pendidikan di Pulau Lombok, dengan menempatkan pengalaman sebagai mahasiswa perantau dan proses interaksi sosial sebagai konteks analisis. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Informan dipilih secara purposive dan terdiri atas sembilan mahasiswa Suku Sumbawa yang sedang menempuh pendidikan tinggi di Pulau Lombok. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak semata-mata berbentuk pembelian barang yang tidak diperlukan, tetapi juga muncul melalui konsumsi berbasis tren, preferensi gaya hidup, pengalaman sosial bersama teman sebaya, pembelian spontan, dan penggunaan layanan pembayaran digital. Media sosial, konformitas teman sebaya, kemudahan transaksi digital, gaya hidup, dan kondisi ekonomi menjadi faktor yang saling berkelindan. Sebagai mahasiswa perantau, informan mengalami proses negosiasi antara kebiasaan konsumsi dari daerah asal dengan pola konsumsi yang berkembang di lingkungan kampus dan tempat tinggal. Perspektif interaksionisme simbolik menunjukkan bahwa barang dan aktivitas konsumsi memperoleh makna sosial melalui interaksi, sehingga konsumsi dapat berfungsi sebagai sarana penyesuaian diri dan presentasi identitas. Temuan ini menegaskan

pentingnya literasi keuangan, kontrol diri, dan literasi media untuk membangun pola konsumsi yang lebih reflektif.

Kata kunci: *perilaku konsumtif, mahasiswa perantau, Suku Sumbawa, media sosial, pembayaran digital, interaksionisme simbolik.*

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif merupakan fenomena sosial yang semakin relevan dalam kehidupan masyarakat yang ditandai oleh ekspansi perdagangan digital, media sosial, layanan pembayaran elektronik, dan budaya konsumsi berbasis tren. Konsumsi dalam konteks ini tidak lagi sekadar mekanisme pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga berkaitan dengan kesenangan, preferensi gaya hidup, simbol status, pembentukan identitas, dan proses penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial. Sumartono (2002) memandang perilaku konsumtif sebagai kecenderungan membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan serta kurang didasarkan pada pertimbangan rasional. Perspektif pemasaran juga menunjukkan bahwa keputusan konsumsi dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, perilaku konsumtif perlu dipahami sebagai gejala multidimensional yang mempertemukan faktor ekonomi, teknologi, psikologis, dan relasi sosial.

Transformasi digital memperluas peluang terjadinya konsumsi spontan karena proses pencarian informasi, evaluasi produk, promosi, dan pembayaran berlangsung dalam satu ekosistem digital. Media sosial memungkinkan mahasiswa terpapar konten promosi, ulasan pengguna, rekomendasi influencer, dan tren secara terus-menerus. Pada saat yang sama, dompet digital dan layanan pembayaran elektronik mengurangi hambatan transaksional karena pembelian dapat dilakukan secara cepat dan praktis. Penelitian mutakhir di Indonesia menunjukkan bahwa promosi dan mekanisme pembayaran digital dapat berkaitan dengan pembelian impulsif, terutama pada kelompok muda yang aktif dalam ekosistem digital (Djamhari et al., 2024). Widiastuti dan Sumastuti (2025) juga menunjukkan bahwa penggunaan layanan pay-later, kebiasaan belanja, dan literasi keuangan berkaitan dengan kecenderungan impulse buying pada Generasi Z. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa teknologi pembayaran bukan sekadar instrumen teknis, tetapi dapat mengubah pengalaman psikologis dan sosial dalam proses konsumsi.

Mahasiswa merupakan kelompok yang penting dikaji karena berada pada fase transisi menuju kemandirian sosial dan ekonomi. Kehidupan perguruan tinggi memberikan ruang yang lebih luas bagi mahasiswa untuk menentukan pola pergaulan, mengelola uang saku, memilih kebutuhan, serta membangun gaya hidup. Dalam kondisi tertentu, kebebasan tersebut dapat meningkatkan kerentanan terhadap tekanan sosial dan konsumsi berbasis tren. Penelitian sebelumnya di Indonesia menunjukkan bahwa media sosial, gaya hidup, teman sebaya, penggunaan uang elektronik, dan literasi keuangan merupakan faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa (Anggraeni, 2023; Haq et al., 2023). Namun, hasil penelitian tidak selalu menunjukkan arah pengaruh yang seragam. Anggraeni (2023), misalnya, menemukan bahwa gaya hidup dan teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penggunaan e-money dan literasi keuangan tidak

menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam konteks sampelnya. Perbedaan ini menunjukkan pentingnya memahami konteks sosial tempat perilaku konsumsi terbentuk.

Mahasiswa yang berasal dari daerah lain menghadapi konteks yang lebih kompleks karena harus menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dan budaya baru. Status sebagai mahasiswa perantau tidak hanya berarti berpindah tempat tinggal, tetapi juga memasuki ruang interaksi yang dapat memperkenalkan norma, preferensi, gaya hidup, dan praktik konsumsi baru. Penelitian mengenai mahasiswa perantau menunjukkan bahwa kondisi sosial-ekonomi dan pengalaman hidup di daerah tujuan dapat memengaruhi pola konsumsi serta strategi pengelolaan keuangan (Melinda et al., 2022). Dalam perspektif sosiologis, proses tersebut dapat dipahami sebagai proses negosiasi identitas dan habitus: individu membawa kebiasaan dari lingkungan asal, kemudian berhadapan dengan pola baru yang muncul melalui interaksi sehari-hari. Oleh karena itu, perilaku konsumtif mahasiswa perantau perlu dibaca bukan hanya sebagai persoalan kemampuan ekonomi, tetapi juga sebagai proses adaptasi sosial dan budaya.

Mahasiswi Suku Sumbawa yang menempuh pendidikan di Pulau Lombok merupakan konteks yang menarik karena mereka mengalami perjumpaan antara latar budaya Sumbawa dengan lingkungan sosial pendidikan di Lombok. Data awal penelitian menunjukkan bahwa informan telah tinggal di Lombok selama sekitar dua hingga delapan tahun dan menjalani kehidupan akademik sekaligus kehidupan sosial sebagai mahasiswa perantau. Perbedaan lama tinggal tersebut memungkinkan adanya variasi pengalaman adaptasi, intensitas interaksi sosial, dan pola konsumsi. Informan juga menggunakan layanan pembayaran digital dan perbankan dalam transaksi sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mereka berada pada persimpangan antara kebutuhan hidup sebagai mahasiswa, akses teknologi digital, pengaruh kelompok pertemanan, serta pengalaman hidup di lingkungan budaya yang berbeda.

Dari perspektif interaksionisme simbolik, perilaku konsumsi dapat dipahami melalui proses pemberian makna yang berlangsung dalam interaksi sosial. Blumer (1969) menjelaskan bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu tersebut; makna terbentuk melalui interaksi sosial dan terus dimodifikasi melalui proses interpretasi. Dalam konteks konsumsi, pakaian, makanan, produk kecantikan, tempat nongkrong, dan barang digital tidak hanya memiliki nilai utilitarian, tetapi juga dapat menjadi simbol penerimaan sosial, gaya hidup, dan identitas. Dengan demikian, keputusan membeli barang yang sedang digunakan teman atau dipromosikan di media sosial dapat dipahami sebagai tindakan yang memiliki dimensi simbolik. Konsumsi menjadi bagian dari proses bagaimana mahasiswa mendefinisikan dirinya, menyesuaikan diri dengan kelompok, dan menegosiasikan identitasnya di lingkungan baru.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengidentifikasi hubungan antara gaya hidup, teman sebaya, media sosial, pembayaran digital, dan perilaku konsumtif. Pemasela dan Wibowo (2023) menunjukkan pentingnya kontrol diri dan konformitas teman sebaya dalam menjelaskan perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswa. Studi lain juga memperlihatkan bahwa media sosial dan gaya hidup dapat membentuk preferensi konsumsi mahasiswa (Kusuma, 2020; Nuro'im & Anasrulloh, 2023). Meskipun demikian, sebagian

besar penelitian tersebut menggunakan desain kuantitatif dan berfokus pada hubungan antarvariabel. Masih relatif terbatas penelitian kualitatif yang menguraikan bagaimana mahasiswa perantau memberi makna terhadap barang, tren, pembayaran digital, dan kebiasaan konsumsi melalui interaksi sosial sehari-hari, khususnya pada mahasiswi Suku Sumbawa di Pulau Lombok.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini diarahkan untuk memberikan penjelasan kontekstual mengenai perilaku konsumtif sebagai proses sosial, bukan semata-mata sebagai hasil pengaruh faktor ekonomi atau teknologi. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: (1) bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswi Suku Sumbawa di Pulau Lombok; (2) faktor sosial, budaya, teknologi, dan ekonomi apa saja yang membentuk perilaku tersebut; dan (3) bagaimana perilaku konsumtif tersebut dapat dipahami melalui perspektif interaksionisme simbolik dalam pengalaman mahasiswa perantau? Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk perilaku konsumtif, menganalisis faktor-faktor pembentuknya, dan menjelaskan proses pemberian makna terhadap praktik konsumsi dalam konteks interaksi sosial mahasiswa Suku Sumbawa di Pulau Lombok.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif pada dasarnya merujuk pada kecenderungan menggunakan sumber daya untuk memperoleh barang atau jasa yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan fungsional. Sumartono (2002) menjelaskan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan membeli atau menggunakan sesuatu secara berlebihan dan kurang mempertimbangkan rasionalitas kebutuhan. Perspektif ini penting karena membedakan konsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan dengan konsumsi yang didorong oleh keinginan, gengsi, kesenangan, atau dorongan sosial. Dalam konteks mahasiswa, batas antara kebutuhan dan keinginan sering menjadi cair karena mahasiswa berada dalam fase kehidupan yang memungkinkan terbentuknya preferensi, gaya hidup, dan pola pengeluaran yang relatif lebih mandiri. Oleh karena itu, perilaku konsumtif dalam penelitian ini dipahami sebagai praktik konsumsi yang memperlihatkan kecenderungan mengutamakan keinginan, tren, kenyamanan, atau pertimbangan sosial di atas kebutuhan prioritas.

Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Perubahan Sosial dan Digital

Mahasiswa merupakan kelompok sosial yang relatif aktif berinteraksi dengan perkembangan teknologi dan budaya konsumsi. Kehadiran media sosial, marketplace, dompet digital, dan berbagai bentuk promosi daring membuat proses konsumsi menjadi semakin mudah, cepat, dan personal. Penelitian Anggraeni (2023) menunjukkan bahwa gaya hidup dan teman sebaya memiliki hubungan yang penting dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Haq et al. (2023) juga menempatkan literasi keuangan, teman sebaya, electronic money, gaya hidup, dan kontrol diri sebagai faktor yang relevan dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsumsi mahasiswa tidak dapat dijelaskan hanya melalui kemampuan ekonomi, tetapi perlu dipahami sebagai hasil interaksi antara sumber daya material, teknologi, dan lingkungan sosial.

Media Sosial, Tren, dan Produksi Preferensi Konsumsi

Media sosial mengubah cara individu memperoleh informasi mengenai produk sekaligus mengubah cara preferensi konsumsi dibentuk. Konten yang menampilkan produk, ulasan, promosi, gaya hidup, dan pengalaman pengguna dapat menjadi referensi bagi individu ketika menentukan pilihan. Kusuma (2020) menunjukkan bahwa media sosial berhubungan dengan perubahan gaya hidup sosial mahasiswa, sedangkan Nuro'im dan Anasrulloh (2023) menemukan keterkaitan gaya hidup hedonis dan media sosial dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam perkembangan terbaru, Djamhari et al. (2024) menunjukkan bahwa promosi penjualan, FOMO, dan metode pembayaran digital merupakan bagian dari dinamika impulse buying pada era digital. Dengan demikian, media sosial dalam penelitian ini dipahami bukan hanya sebagai saluran komunikasi pemasaran, tetapi sebagai ruang sosial tempat tren, preferensi, dan makna konsumsi diproduksi serta dinegosiasikan.

Teman Sebaya, Konformitas, dan Gaya Hidup

Lingkungan teman sebaya menyediakan referensi sosial bagi mahasiswa dalam menentukan apa yang dianggap menarik, wajar, populer, atau layak diikuti. Pemasela dan Wibowo (2023) menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya dan kontrol diri merupakan prediktor perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswa. Anggraeni (2023) juga menemukan peran teman sebaya dan gaya hidup dalam perilaku konsumtif mahasiswa. Dari sudut pandang sosiologis, temuan tersebut menunjukkan bahwa konsumsi memiliki fungsi relasional: membeli barang, memilih tempat makan, atau mengikuti aktivitas tertentu dapat menjadi cara untuk mempertahankan hubungan sosial dan menunjukkan keanggotaan kelompok. Karena itu, konformitas tidak semata-mata dipahami sebagai tekanan kelompok, tetapi sebagai proses interpretasi individu terhadap norma dan simbol yang berkembang dalam kelompok pertemanan.

Pembayaran Digital dan Kemudahan Konsumsi

Digitalisasi pembayaran mengubah struktur kesempatan konsumsi karena transaksi dapat dilakukan secara cepat tanpa perpindahan uang tunai secara fisik. Nazar et al. (2023) menunjukkan perkembangan electronic money dan kecenderungan menuju cashless society di Indonesia. Dalam konteks perilaku pembelian, Djamhari et al. (2024) menemukan bahwa metode pembayaran digital dapat menjadi bagian dari ekosistem yang mempermudah pembelian impulsif. Widiastuti dan Sumastuti (2025) selanjutnya menunjukkan hubungan literasi keuangan, penggunaan layanan pay-later, kebiasaan belanja, dan impulse buying. Literatur tersebut mengindikasikan bahwa teknologi pembayaran bukan faktor tunggal penyebab konsumsi berlebihan, tetapi dapat mengurangi hambatan transaksi dan memperpendek jarak antara keinginan dan tindakan pembelian. Karena itu, penelitian ini melihat pembayaran digital sebagai konteks teknologis yang berinteraksi dengan kontrol diri, kondisi ekonomi, dan pengaruh sosial.

Mahasiswa Perantau dan Adaptasi Sosial Budaya

Perpindahan mahasiswa dari daerah asal ke daerah tujuan pendidikan membawa konsekuensi sosial dan budaya. Mahasiswa perantau memasuki lingkungan baru dengan norma, jaringan pertemanan, kebiasaan, dan gaya hidup yang dapat berbeda dari lingkungan asal. Melinda et al. (2022) menunjukkan bahwa kehidupan mahasiswa rantau berkaitan dengan dinamika sosial-ekonomi yang khas. Dalam perspektif adaptasi sosial budaya, proses tersebut tidak selalu berupa penggantian kebiasaan lama dengan kebiasaan baru, melainkan dapat berupa seleksi, negosiasi, dan penyesuaian. Pada penelitian ini, konteks mahasiswa Suku Sumbawa di Pulau Lombok penting karena praktik konsumsi dapat menjadi salah satu arena tempat identitas asal dan pengalaman sosial di daerah tujuan berinteraksi. Dengan demikian, status perantau diposisikan sebagai konteks sosial yang membantu menjelaskan mengapa sebagian preferensi konsumsi berubah setelah informan tinggal di Lombok.

Perspektif Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik memberikan landasan teoritis utama untuk memahami perilaku konsumtif sebagai tindakan yang memiliki makna sosial. Blumer (1969) menjelaskan tiga premis pokok: manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu tersebut; makna muncul dari interaksi sosial; dan makna dimodifikasi melalui proses interpretasi. Ketiga premis tersebut relevan untuk menjelaskan konsumsi mahasiswa karena barang dan aktivitas konsumsi dapat berfungsi sebagai simbol. Pakaian dapat menjadi simbol penampilan dan identitas, tempat makan dapat menjadi simbol kebersamaan, sementara produk yang sedang viral dapat menjadi simbol keterhubungan dengan tren kelompok.

Dalam kerangka interaksionisme simbolik, konsumsi tidak berhenti pada tindakan membeli. Individu terlebih dahulu menafsirkan simbol yang hadir dalam interaksi, kemudian memberikan makna terhadap objek, dan selanjutnya memilih tindakan berdasarkan makna tersebut. Dengan kerangka ini, keputusan seorang mahasiswi untuk membeli produk yang dipakai teman, mencoba makanan yang sedang populer, atau mengikuti tren media sosial dapat dipahami sebagai tindakan yang berorientasi pada makna. Makna tersebut dapat berupa penerimaan sosial, penyesuaian diri, kesenangan, ekspresi identitas, atau keinginan untuk tidak tertinggal dari kelompok.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan sintesis literatur, perilaku konsumtif mahasiswi Suku Sumbawa di Pulau Lombok dapat dipahami melalui hubungan antara empat dimensi utama. Pertama, dimensi struktural-material berupa uang saku dan kondisi ekonomi yang membatasi atau memungkinkan konsumsi. Kedua, dimensi digital berupa media sosial, promosi, dan pembayaran digital yang memperluas akses serta mempercepat transaksi. Ketiga, dimensi interaksional berupa teman sebaya dan lingkungan sosial yang menyediakan norma serta referensi konsumsi. Keempat, dimensi interpretatif berupa proses pemberian makna, pengendalian diri, adaptasi, dan presentasi identitas. Keempat dimensi tersebut berkelindan sehingga menghasilkan bentuk konsumsi yang berbeda pada setiap informan.

Dengan demikian, celah penelitian yang hendak diisi adalah keterbatasan studi yang menjelaskan secara kualitatif bagaimana mahasiswa perantau memaknai konsumsi sebagai praktik sosial dan identitas. Penelitian terdahulu banyak menguji hubungan antarvariabel seperti gaya hidup, teman sebaya, literasi keuangan, electronic money, dan media sosial, tetapi belum banyak menguraikan proses interpretasi makna di balik tindakan konsumsi mahasiswa Suku Sumbawa yang hidup dalam lingkungan sosial budaya Lombok. Penelitian ini menggunakan perspektif interaksionisme simbolik untuk menjembatani celah tersebut dengan menghubungkan praktik konsumsi, interaksi sosial, pengalaman perantauan, dan negosiasi identitas.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian bukan mengukur besaran pengaruh variabel secara statistik, melainkan memahami pengalaman, pertimbangan, dan makna yang diberikan informan terhadap praktik konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Desain deskriptif digunakan untuk menyajikan pola perilaku konsumtif sebagaimana ditemukan dalam konteks alami penelitian, sekaligus memungkinkan peneliti menginterpretasikan hubungan antara tindakan konsumsi, interaksi sosial, teknologi digital, dan pengalaman sebagai mahasiswa perantau. Dengan desain tersebut, data empiris diperlakukan sebagai narasi sosial yang perlu dipahami secara kontekstual, bukan sekadar dikategorikan sebagai indikator perilaku.

Penelitian dilaksanakan pada lingkungan perguruan tinggi dan tempat tinggal mahasiswa di Pulau Lombok dengan fokus pada mahasiswi yang berasal dari Suku Sumbawa. Informan dipilih menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) perempuan yang mengidentifikasi diri sebagai bagian dari Suku Sumbawa; (2) sedang menempuh pendidikan tinggi di Pulau Lombok; (3) memiliki pengalaman mengelola kebutuhan dan pengeluaran secara relatif mandiri selama tinggal di Lombok; dan (4) bersedia memberikan informasi mengenai kebiasaan konsumsi dan pengalaman sosial yang berkaitan dengannya. Sebanyak sembilan informan terlibat dalam penelitian, dengan variasi usia, program studi, semester, dan lama tinggal di Lombok. Variasi tersebut digunakan untuk memperkaya perspektif dan membantu peneliti melihat kemungkinan perbedaan pengalaman adaptasi.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Wawancara diarahkan pada pengalaman membeli barang dan jasa, pengelolaan uang saku, penggunaan media sosial, pengaruh teman sebaya, penggunaan dompet digital dan layanan perbankan, pertimbangan kebutuhan dan keinginan, serta perubahan kebiasaan konsumsi setelah tinggal di Lombok. Observasi digunakan untuk memahami konteks aktivitas konsumsi dan interaksi sosial informan, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung. Teknik triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi antarinforman serta membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles et al. (2014), yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap kondensasi, transkrip wawancara dibaca secara berulang dan bagian yang relevan diberi kode berdasarkan fokus penelitian. Kode awal meliputi kebutuhan dan keinginan, tren, media sosial, teman sebaya, gaya hidup, pembayaran digital, uang saku, pengendalian diri, adaptasi perantauan, dan makna simbolik konsumsi. Kode-kode tersebut kemudian dibandingkan dan dikelompokkan menjadi tema yang lebih konseptual. Pada tahap penyajian, temuan disusun dalam uraian tematik dan dikaitkan dengan perspektif interaksionisme simbolik. Kesimpulan diverifikasi secara berulang dengan kembali pada data mentah agar interpretasi tidak terlepas dari pengalaman informan.

Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan pengalaman sembilan informan yang memiliki latar program studi dan lama tinggal berbeda. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti juga melakukan pembacaan ulang terhadap transkrip untuk memastikan bahwa tema yang dibangun memiliki dukungan data yang memadai. Dalam pelaporan, kutipan informan digunakan untuk menunjukkan keterkaitan langsung antara interpretasi peneliti dan pengalaman empiris, sementara identitas informan digunakan secara konsisten sesuai kebutuhan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Informan dan Konteks Perantauan

Informan penelitian terdiri atas sembilan mahasiswi Suku Sumbawa yang sedang menempuh pendidikan tinggi di Pulau Lombok. Usia informan berkisar 20–23 tahun, berasal dari berbagai program studi, dan memiliki lama tinggal di Lombok antara dua sampai delapan tahun. Variasi tersebut penting karena pengalaman konsumsi tidak berlangsung dalam ruang sosial yang homogen. Informan yang baru beberapa tahun tinggal di Lombok menghadapi proses adaptasi yang berbeda dari informan yang telah tinggal lebih lama. Lama tinggal juga dapat memperluas jaringan pertemanan, meningkatkan intensitas interaksi dengan lingkungan kampus, dan memperkenalkan lebih banyak preferensi konsumsi. Dengan demikian, konteks perantauan dalam penelitian ini dipahami sebagai ruang sosial tempat kebiasaan lama dan pengalaman baru saling berinteraksi.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Melinda et al. (2022) yang menunjukkan bahwa mahasiswa perantau menghadapi dinamika sosial-ekonomi yang berbeda dibandingkan mahasiswa yang tinggal di daerah asal. Namun, penelitian ini memperluas pemahaman tersebut dengan menempatkan konsumsi sebagai bagian dari proses adaptasi sosial. Informan tidak hanya belajar mengatur uang, tetapi juga belajar memahami apa yang dianggap wajar, menarik, bergengsi, praktis, atau perlu dalam lingkungan baru. Dengan kata lain, perpindahan tempat tinggal mengubah medan interaksi sosial dan pada saat yang sama dapat mengubah cara mahasiswa mendefinisikan kebutuhan dan keinginan.

Bentuk Perilaku Konsumtif: Dari Kebutuhan Fungsional menuju Konsumsi Berbasis Makna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi informan berada pada spektrum antara pemenuhan kebutuhan dan pemenuhan keinginan. Kebutuhan utama meliputi makanan, transportasi, kebutuhan akademik, tempat tinggal, dan keperluan sehari-hari. Namun, di luar kebutuhan tersebut terdapat pembelian pakaian, produk perawatan diri, makanan yang sedang populer, serta barang yang diperkenalkan melalui media sosial. Karena itu, perilaku konsumtif tidak dapat dipahami secara biner sebagai membeli atau tidak membeli barang yang diperlukan. Yang lebih penting adalah proses pergeseran orientasi konsumsi: suatu barang yang semula tidak direncanakan dapat berubah menjadi sesuatu yang dianggap perlu setelah memperoleh makna tertentu melalui media sosial atau interaksi dengan teman.

Media Sosial sebagai Ruang Produksi Makna Konsumsi

Media sosial menjadi salah satu faktor yang paling konsisten muncul dalam pengalaman informan. TikTok dan Instagram berfungsi sebagai ruang informasi sekaligus ruang produksi preferensi. Informan menemukan pakaian, makanan, produk kecantikan, dan tempat berkumpul melalui konten yang sedang populer. Promo, ulasan pengguna, dan rekomendasi content creator dapat mengubah aktivitas browsing menjadi keputusan pembelian. Linda Puspitasari, misalnya, menjelaskan bahwa promosi, diskon, dan review dapat membuatnya membeli barang yang sebelumnya tidak direncanakan. Temuan ini menunjukkan bahwa batas antara mencari informasi dan melakukan konsumsi semakin tipis dalam ekosistem digital.

Secara teoritis, kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui proses interpretasi simbolik. Konten digital menyajikan simbol yang kemudian ditafsirkan informan berdasarkan pengalaman dan interaksinya. Sebuah produk dapat dimaknai sebagai modern, menarik, sesuai tren, atau dapat meningkatkan penerimaan sosial. Makna tersebut kemudian menjadi dasar tindakan. Blumer (1969) menekankan bahwa makna bukan sesuatu yang melekat secara alamiah pada objek, tetapi berkembang melalui interaksi sosial dan interpretasi. Dalam konteks ini, media sosial memperluas arena interaksi dari pertemuan tatap muka ke lingkungan digital. Konsumsi menjadi semakin dipengaruhi oleh apa yang terlihat, dibicarakan, dinilai, dan dibagikan dalam jaringan sosial.

Temuan ini juga perlu dibaca secara kritis. Media sosial tidak otomatis menghasilkan perilaku konsumtif pada semua informan. Sulistiya Warni Yanty, misalnya, mengakui tertarik terhadap promosi dan produk yang muncul di TikTok dan Instagram, tetapi masih berusaha menilai apakah barang tersebut benar-benar diperlukan. Artinya, paparan simbol konsumsi menghasilkan respons yang berbeda karena informan melakukan interpretasi dan pengendalian diri. Dengan demikian, hubungan media sosial dan konsumsi bersifat kondisional: pengaruhnya dipengaruhi oleh kemampuan individu menafsirkan konten, kontrol diri, kondisi ekonomi, dan norma kelompok.

Teman Sebaya dan Konformitas: Konsumsi sebagai Praktik Keanggotaan Kelompok

Teman sebaya merupakan faktor penting dalam pembentukan preferensi konsumsi. Ayuni menyatakan bahwa ketika teman membeli produk tertentu atau mengajak makan di tempat yang sedang ramai, muncul keinginan untuk ikut mencoba meskipun barang atau aktivitas tersebut bukan kebutuhan utama. Wiwi Meliantari juga menjelaskan bahwa lingkungan pergaulan di Lombok memperkenalkan gaya hidup baru yang kemudian sebagian diikuti. Temuan ini memperlihatkan bahwa konsumsi dapat berfungsi sebagai praktik keanggotaan kelompok. Individu tidak hanya membeli karena menyukai barang, tetapi juga karena ingin berpartisipasi dalam pengalaman sosial yang sama dengan kelompoknya.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Pemasela dan Wibowo (2023), yang menunjukkan pentingnya konformitas teman sebaya dan kontrol diri dalam menjelaskan perilaku konsumtif produk fashion pada mahasiswa. Anggraeni (2023) juga menemukan bahwa teman sebaya dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dalam konteks mahasiswa. Namun, penelitian ini menunjukkan dimensi yang tidak selalu terlihat dalam pendekatan kuantitatif, yaitu bagaimana informan sendiri memaknai tindakan mengikuti teman. Dalam narasi informan, tindakan membeli dapat dipahami sebagai upaya agar tidak berbeda, memperoleh pengalaman bersama, dan menjaga keterhubungan sosial. Dengan demikian, konformitas bukan sekadar tekanan eksternal, melainkan proses interpretasi terhadap norma kelompok.

Perspektif interaksionisme simbolik membantu menjelaskan bahwa kelompok sebaya menyediakan referensi untuk menentukan apa yang dianggap pantas, menarik, atau normal. Ketika suatu produk digunakan oleh banyak teman, produk tersebut memperoleh legitimasi sosial. Sebaliknya, ketika seseorang tidak mengikuti tren kelompok, ia berpotensi merasa berbeda. Karena itu, perilaku konsumtif dapat menjadi bagian dari mekanisme integrasi sosial sekaligus mekanisme reproduksi gaya hidup.

Pembayaran Digital dan Menurunnya Friksi Psikologis dalam Konsumsi

Penggunaan pembayaran digital menjadi faktor teknologi yang memperkuat kemudahan konsumsi. Informan menggunakan dompet digital dan layanan perbankan untuk membeli makanan, berbelanja, melakukan transfer, dan memenuhi kebutuhan lainnya. Rohmy Hasanah menggambarkan bahwa transaksi digital terasa sangat mudah sehingga pengeluaran dapat bertambah tanpa selalu disadari. Temuan ini penting karena memperlihatkan bahwa teknologi tidak hanya mempercepat transaksi, tetapi juga mengubah pengalaman psikologis ketika mengeluarkan uang. Ketika uang tunai tidak berpindah secara fisik, proses pembayaran dapat terasa lebih ringan dan kurang terlihat dalam pengalaman sehari-hari.

Temuan penelitian ini mendapat dukungan dari studi Djamhari et al. (2024), yang menunjukkan bahwa ekosistem pembayaran digital dan promosi dapat berkontribusi terhadap pembelian impulsif pada konsumen muda di Indonesia. Widiastuti dan Sumastuti (2025) juga menunjukkan bahwa penggunaan pay-later, kebiasaan belanja, dan literasi keuangan berkaitan dengan impulse buying. Namun, temuan penelitian ini tidak

menunjukkan bahwa pembayaran digital secara otomatis menyebabkan perilaku konsumtif. Sebaliknya, teknologi memperbesar kemudahan bertindak, sedangkan keputusan akhir tetap dipengaruhi oleh kebutuhan, kontrol diri, kondisi ekonomi, dan interpretasi individu terhadap manfaat transaksi.

Dengan demikian, pembayaran digital dapat dipahami sebagai infrastruktur sosial-teknologis yang mengubah struktur kesempatan konsumsi. Ketika produk tersedia dalam hitungan detik, promosi muncul secara personal, dan pembayaran dapat dilakukan tanpa uang tunai, jarak antara keinginan dan tindakan menjadi semakin pendek. Implikasinya, literasi keuangan tidak cukup hanya mengajarkan pencatatan pemasukan dan pengeluaran, tetapi juga perlu membangun kesadaran terhadap desain digital yang mendorong pembelian cepat, promo terbatas, dan pembelian tanpa perencanaan.

Gaya Hidup sebagai Proses Adaptasi dan Presentasi Identitas

Gaya hidup muncul melalui pilihan pakaian, makanan, produk perawatan diri, tempat berkumpul, dan aktivitas waktu luang. Informan menjelaskan bahwa setelah tinggal di Lombok mereka mengenal kebiasaan dan pilihan baru yang sebelumnya kurang diperhatikan. Penyesuaian tersebut tidak selalu berarti meninggalkan kebiasaan dari daerah asal. Sebaliknya, terjadi proses seleksi: sebagian kebiasaan baru diterima, sebagian ditolak, dan sebagian dinegosiasikan dengan kondisi ekonomi. Dengan demikian, gaya hidup dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai proses adaptasi daripada sekadar kecenderungan mengikuti tren.

Marbawani dan Hendrastomo (2020) menunjukkan bahwa aktivitas nongkrong pada mahasiswa memiliki makna sosial dan berkaitan dengan cara mahasiswa membangun relasi. Temuan penelitian ini memperluas pemahaman tersebut dengan menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi juga berfungsi sebagai sarana presentasi identitas. Pakaian, produk kecantikan, makanan, dan tempat berkumpul dapat menjadi simbol tentang bagaimana mahasiswa ingin dilihat dan bagaimana mereka ingin ditempatkan dalam kelompok sosial. Dalam perspektif interaksionisme simbolik, identitas tidak bersifat tetap, melainkan terus dinegosiasikan melalui interaksi.

Pada saat yang sama, kondisi ekonomi menjadi mekanisme pembatas. Rokyal Aini dan Sri Mulkiyyah menunjukkan adanya upaya memprioritaskan kebutuhan kuliah dan kebutuhan sehari-hari karena keterbatasan uang saku. Artinya, identitas dan gaya hidup tidak dapat dipisahkan dari sumber daya material. Mahasiswa dapat memiliki keinginan mengikuti gaya hidup tertentu, tetapi kemampuan ekonomi menentukan sejauh mana keinginan tersebut dapat diwujudkan. Hal ini memperlihatkan bahwa perilaku konsumtif merupakan hasil pertemuan antara aspirasi simbolik dan kapasitas ekonomi.

Kondisi Ekonomi, Uang Saku, dan Pengendalian Diri

Kondisi ekonomi membentuk batas struktural bagi pilihan konsumsi informan. Besarnya uang saku, ketergantungan pada orang tua, dan kemampuan mengatur pengeluaran menentukan ruang gerak konsumsi. Informan yang menyadari keterbatasan finansial cenderung membuat prioritas antara kebutuhan dan keinginan. Sebaliknya, kemudahan

transaksi dan paparan tren dapat meningkatkan risiko pembelian yang tidak direncanakan ketika kontrol diri tidak cukup kuat. Temuan ini sejalan dengan Haq et al. (2023) yang menempatkan literasi keuangan, teman sebaya, electronic money, gaya hidup, dan kontrol diri dalam pembahasan perilaku konsumtif mahasiswa.

Namun, penelitian ini memperlihatkan bahwa kontrol diri tidak semata-mata merupakan karakter psikologis individual. Kontrol diri dibentuk dan dipraktikkan dalam konteks sosial. Ketika informan mengatakan harus menunggu uang saku atau mendahulukan kebutuhan akademik, ia sedang menggunakan aturan prioritas yang dipelajari melalui pengalaman hidup. Dengan demikian, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan dapat dipahami sebagai kompetensi sosial-ekonomi yang berkembang melalui proses belajar, pengalaman merantau, dan interaksi dengan keluarga.

Implikasi penting dari temuan ini adalah bahwa pendidikan literasi keuangan di perguruan tinggi perlu dihubungkan dengan konteks konsumsi digital dan kehidupan sosial mahasiswa. Program literasi keuangan sebaiknya tidak hanya berisi materi anggaran, tetapi juga latihan mengenali pemicu pembelian, memahami pengaruh kelompok sebaya, mengevaluasi promosi digital, dan membangun strategi pengendalian diri. Widiastuti dan Sumastuti (2025) menunjukkan pentingnya literasi keuangan dalam mengurangi kecenderungan impulse buying, sehingga temuan tersebut memperkuat kebutuhan intervensi yang bersifat kontekstual.

Sintesis Interaksionisme Simbolik: Konsumsi sebagai Negosiasi Makna dan Identitas

Jika seluruh temuan dibaca melalui interaksionisme simbolik, perilaku konsumtif mahasiswi Suku Sumbawa dapat dipahami sebagai proses pembentukan dan negosiasi makna. Barang dan layanan tidak berdiri sendiri sebagai objek ekonomi; keduanya memperoleh arti melalui interaksi dengan teman, keluarga, media sosial, dan lingkungan kampus. Mahasiswa menafsirkan barang berdasarkan pengalaman sebelumnya dan respons sosial yang mereka peroleh. Karena itu, keputusan membeli dapat merupakan tindakan ekonomi sekaligus tindakan sosial. Pakaian tertentu dapat dimaknai sebagai representasi diri, tempat makan sebagai ruang solidaritas kelompok, dan produk yang sedang viral sebagai simbol keterhubungan dengan tren.

Proses tersebut menunjukkan tiga mekanisme utama. Pertama, terdapat mekanisme internalisasi makna, yaitu ketika simbol konsumsi yang terus dilihat dan dibicarakan menjadi bagian dari preferensi pribadi. Kedua, terdapat mekanisme konformitas, yaitu ketika individu menyesuaikan pilihan konsumsi agar selaras dengan kelompok sosial. Ketiga, terdapat mekanisme negosiasi, yaitu ketika individu menerima sebagian pola konsumsi lingkungan baru tetapi tetap mempertahankan pertimbangan ekonomi dan nilai dari lingkungan asal. Ketiga mekanisme tersebut menjelaskan mengapa tidak semua informan menunjukkan perilaku konsumtif dengan intensitas yang sama.

Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini adalah memperlihatkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa perantau merupakan fenomena yang berada pada persilangan struktur ekonomi, teknologi digital, interaksi sosial, dan konstruksi identitas. Pendekatan yang hanya menekankan faktor ekonomi akan mengabaikan makna simbolik konsumsi,

sedangkan pendekatan yang hanya menekankan media sosial akan mengabaikan kemampuan interpretasi dan pengendalian diri. Interaksionisme simbolik memungkinkan seluruh dimensi tersebut dibaca sebagai proses sosial yang berlangsung secara simultan. Temuan ini sekaligus memperkuat pentingnya penelitian kualitatif untuk memahami bagaimana konsumen muda memberi makna terhadap praktik konsumsi dalam konteks perubahan sosial dan digitalisasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswi Suku Sumbawa di Pulau Lombok merupakan fenomena multidimensional yang terbentuk melalui interaksi antara kebutuhan, keinginan, gaya hidup, media sosial, teman sebaya, pembayaran digital, kondisi ekonomi, dan pengalaman sebagai mahasiswa perantau. Bentuk konsumsi tidak terbatas pada pembelian barang yang tidak diperlukan, tetapi mencakup konsumsi berbasis tren, pembelian spontan, pilihan gaya hidup, dan aktivitas konsumsi yang memiliki fungsi sosial. Media sosial menyediakan simbol dan tren, teman sebaya memberikan referensi normatif, pembayaran digital mengurangi hambatan transaksi, sedangkan kondisi ekonomi dan kontrol diri menentukan batas aktualisasi keinginan. Dengan demikian, perilaku konsumtif merupakan hasil dari proses yang saling berkelindan, bukan konsekuensi tunggal dari satu faktor.

Dari perspektif interaksionisme simbolik, temuan memperlihatkan bahwa objek konsumsi memperoleh makna melalui interaksi sosial. Pakaian, makanan, produk kecantikan, tempat berkumpul, dan layanan digital dapat berfungsi sebagai simbol identitas, penerimaan kelompok, dan penyesuaian diri terhadap lingkungan baru. Status sebagai mahasiswa perantau menciptakan ruang negosiasi antara kebiasaan konsumsi dari daerah asal dan pola konsumsi yang berkembang di Pulau Lombok. Sebagian informan mengadopsi kebiasaan baru, tetapi sebagian lainnya tetap melakukan seleksi berdasarkan kebutuhan dan kemampuan ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi pada mahasiswa perantau sekaligus merupakan praktik ekonomi, praktik sosial, dan praktik identitas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan kualitatif dengan konteks informan yang spesifik, yaitu mahasiswi Suku Sumbawa di Pulau Lombok, sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara statistik kepada seluruh mahasiswa. Penelitian berikutnya dapat memperluas variasi informan berdasarkan gender, etnis, daerah asal, jenis perguruan tinggi, dan kondisi sosial-ekonomi. Studi komparatif antara mahasiswa Sumbawa, Sasak, dan kelompok etnis lain juga dapat memperjelas peran budaya dalam pembentukan perilaku konsumsi. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk menguji bagaimana makna simbolik, konformitas, penggunaan pembayaran digital, literasi keuangan, dan kontrol diri berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswi Suku Sumbawa di Pulau Lombok merupakan fenomena multidimensional yang terbentuk melalui interaksi antara kebutuhan, keinginan, gaya hidup, media sosial, teman sebaya, pembayaran digital, kondisi ekonomi, dan pengalaman sebagai mahasiswa perantau. Bentuk konsumsi tidak terbatas pada pembelian barang yang tidak diperlukan, tetapi mencakup konsumsi berbasis tren, pembelian spontan, pilihan gaya hidup, dan aktivitas konsumsi yang memiliki fungsi sosial. Media sosial menyediakan simbol dan tren, teman sebaya memberikan referensi normatif, pembayaran digital mengurangi hambatan transaksi, sedangkan kondisi ekonomi dan kontrol diri menentukan batas aktualisasi keinginan. Dengan demikian, perilaku konsumtif merupakan hasil dari proses yang saling berkelindan, bukan konsekuensi tunggal dari satu faktor.

Dari perspektif interaksionisme simbolik, temuan memperlihatkan bahwa objek konsumsi memperoleh makna melalui interaksi sosial. Pakaian, makanan, produk kecantikan, tempat berkumpul, dan layanan digital dapat berfungsi sebagai simbol identitas, penerimaan kelompok, dan penyesuaian diri terhadap lingkungan baru. Status sebagai mahasiswa perantau menciptakan ruang negosiasi antara kebiasaan konsumsi dari daerah asal dan pola konsumsi yang berkembang di Pulau Lombok. Sebagian informan mengadopsi kebiasaan baru, tetapi sebagian lainnya tetap melakukan seleksi berdasarkan kebutuhan dan kemampuan ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi pada mahasiswa perantau sekaligus merupakan praktik ekonomi, praktik sosial, dan praktik identitas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan kualitatif dengan konteks informan yang spesifik, yaitu mahasiswi Suku Sumbawa di Pulau Lombok, sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara statistik kepada seluruh mahasiswa. Penelitian berikutnya dapat memperluas variasi informan berdasarkan gender, etnis, daerah asal, jenis perguruan tinggi, dan kondisi sosial-ekonomi. Studi komparatif antara mahasiswa Sumbawa, Sasak, dan kelompok etnis lain juga dapat memperjelas peran budaya dalam pembentukan perilaku konsumsi. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk menguji bagaimana makna simbolik, konformitas, penggunaan pembayaran digital, literasi keuangan, dan kontrol diri berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalaman mengenai kehidupan sosial, pengelolaan keuangan, serta praktik konsumsi selama menempuh pendidikan di Pulau Lombok. Apresiasi juga disampaikan kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan selama proses pengumpulan data, analisis, dan penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Anggun Tiara. 2023. "Pengaruh Penggunaan E-Money, Gaya Hidup, Teman Sebaya, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*. 11(4): 22–43.
- Djamhari, Shirin Istikhara, Martina Dwi Mustika, Bertina Sjabadhyni, and Alif Ramadian Puspa Ndaru. 2024. "Impulsive Buying in the Digital Age: Investigating the Dynamics of Sales Promotion, FOMO, and Digital Payment Methods." *Cogent Business & Management*. 11 (1): Article 2419484. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2419484>
- Haq, Irdhiana Ilma, Naelati Tubastuvi, Wida Purwidiyanti, and Hengky Widhidanono. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 9(1): 73–89. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.349>
- Harita, Yeni Yanti, Gusnardi Gusnardi, and M. Yogi Riyantama Isjoni. 2022. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi." *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 6 (2): 13522–13530. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4588>
- Kartini, Rahma Sariva Asdi, Nurmala Lubis, Eva Soraya, and Zakdi Fahri. 2022. "Analisis Peranan Media Sosial dalam Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS UINSU." *Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies*. 2 (1): 77–88. <https://doi.org/10.56672/alwasathiyah.v2i1.60>
- Kusuma, Chusnu Syarif Diah. 2020. "Dampak Media Sosial dalam Gaya Hidup Sosial: Studi Kasus pada Mahasiswi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY." *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*. 17 (1): 15–33. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v17i1.30436>
- Lutfiah, Lutfiah, Muhammad Basri, and Heni Kuswanti. 2022. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak." *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*. 11 (3). <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Marbawani, Gita, and Guntur Hendrastomo. 2020. "Pemaknaan Nongkrong bagi Mahasiswa Yogyakarta." *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*. 9(1). <https://doi.org/10.21831/dimensia.v9i1.38866>
- Melinda, Melinda, Lisbeth Lesawengen, and Fonny J. Waani. 2022. "Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau: Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado." *Jurnal Ilmiah Society*. 2 (1).
- Nazar, M. R., U. Arifah, S. M. Fitri, S. A. S. Putri, and M. P. Ramadianto. 2023. "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money dan Munculnya Cashless Society di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 9 (7): 287–295.
- Novitasari, Rinda, and Supriyanto. 2020. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta." *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. 17 (1): 34–45. <https://doi.org/10.21831/jep.v17i1.33542>

- Nuro'im, Ayu, and Muhammad Anasrulloh. 2023. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi." *Jurnal Economina*. 2 (9).
- Pemasela, F. P. J., and D. H. Wibowo. 2023. "Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Produk Fashion pada Mahasiswa Beasiswa." *Jurnal Psikologi TALENTA*. 9(1). <https://doi.org/10.26858/talenta.v9i1.45759>
- Sari, Eccy Resamala, Yusron Toto, Yuniarti, and Sukma Febrianti. 2025. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Keuangan dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia." *Bisman: The Journal of Business and Management*. 8 (1): 73–89. <https://doi.org/10.36815/bisman.v8i1.3616>
- Widiastuti, C. Tri, and Efriyani Sumastuti. 2025. "Financial Literacy, Usage of Pay-Later Services, and Impulse Buying: The Mediating Role of Shopping Habits." *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. 11 (2): 479. <https://doi.org/10.17358/ijbe.11.2.479>
- Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed.. SAGE Publications.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.