

# **TINJAUAN TENTANG PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PENGUNJUNG MALL SAMARINDA CENTRAL PLAZA**

**Wahyudi <sup>1</sup>,**

## **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meninjau tentang perilaku konsumtif remaja pengunjung Mall Samarinda Central Plaza serta untuk mengetahui remaja memilih belanja di Mall. Penelitian ini dilakukan di Mall Samarinda Central Plaza. Remaja merupakan masa-masa yang masih terbilang kurang stabil dan bersifat dinamis, terutama masih dalam tahap pencarian akan sebuah identitas diri dengan tuntutan berbagai kebutuhan dan cenderung berlaku konsumtif. Mall umumnya adalah seputar fashion dan pernak pernik kaum muda, produk keluaran Mall ini terlihat modern dan eksklusif. Oleh karena itu tidaklah mengherankan kalau berbagai produk yang ditawarkan dari sebuah Mall lebih ditujukan untuk kalangan remaja. Hal ini didukung dengan konsep Mall secara keseluruhan yang sangat identik dengan jiwa anak muda khususnya remaja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam menggali data-data dari lapangan, yaitu melalui teknik wawancara mendalam, observasi langsung, serta data primer yang didapat dari hasil wawancara dimana instrument utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif remaja pengunjung Mall Samarinda Central Plaza sebagian besar dari keseluruhan adalah untuk berbelanja dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan di pusat perbelanjaan tersebut meskipun ada beberapa remaja berkunjung ke Mall untuk menghilangkan rasa jenuh dan sebagai sarana rekreasi atau hiburan, jalan-jalan dan bersosialisasi.

***Kata Kunci: Remaja, Perilaku Konsumtif***

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Konsentrasi Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email: Wahyudi0973@yahoo.co.id

## **Pendahuluan**

### ***Latar belakang***

Pada mulanya belanja merupakan suatu konsep yang menunjukkan suatu sikap untuk mendapatkan barang yang menjadi keperluan untuk sehari-hari dengan jalan menukarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang tersebut, akan tetapi pada konsep belanja sekarang ini telah berkembang menjadi sebuah cerminan gaya hidup dan rekreasi dikalangan masyarakat. Belanja merupakan gaya hidup tersendiri yang bahkan menjadi suatu kegemaran oleh sejumlah orang. (Haris, 2005).

Masa sekarang ini dalam kehidupan para remaja telah mengenal gaya hidup yang modern atau modis, hal itu dapat terlihat dari cara mereka mengenakan barang-barang atau pun pakaian yang bermerek, dan tidak menutup kemungkinan barang tersebut kebanyakan didapat dari belanja di mall dengan harga yang mahal dibandingkan dengan barang-barang yang di jual di luar mall. Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, terjadi perubahan dalam perilaku membeli pada masyarakat. terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme.

Konsumerisme demikian menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut-atribut tertentu. *Shopping* secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran semu para konsumen dan akhirnya melahirkan pola-pola konsumerisme yang tidak akan ada habisnya. Akhirnya berbelanja juga dianggap sebagai sebuah pekerjaan, sebuah aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain (sebagai simbol status, gengsi, dan *image* manusia modern dan tidak ketinggalan zaman).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia ( Agustina, 2002 ). Pendapat lain dikemukakan oleh Suprana ( Agustina, 2002 ), yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah sebagai kecenderungan seseorang yang berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Penyebab perilaku konsumtif

adalah semakin membaiknya keadaan sosial ekonomi sebagai masyarakat, membanjirnya barang-barang produksi, efektifnya sarana periklanan termasuk didalamnya media massa berkembangnya gaya hidup, mode, masih tebalnya sikap gengsi, status sosial. Adapun faktor penyebab terbentuknya perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard antara lain faktor kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi, keluarga, kepribadian, konsep diri, motivasi, pengalaman belajar, dan gaya hidup.

Perilaku konsumtif remaja ini adalah sebuah masalah bagi kehidupan yang dikemudian hari didalam kehidupan masyarakat dan khususnya pada remaja, karena cenderung para remaja tidak menanamkan sifat untuk hidup hemat, dan sifat produktif, dari hidup berperilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang lebih besar nilai negatif contohnya antara lain :

1. Sifat boros, yang hanya menghambur hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata.
2. Kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya dia berada.
3. Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya.
4. Akan memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Central Plaza Samarinda”.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang diajukan adalah: Bagaimanakah perilaku konsumtif remaja pengunjung Mall Central Plaza Samarinda?

### ***Tujuan Penelitian***

Tujuan dengan dilaksanakannya penelitian ini adalah: Mengetahui perilaku konsumtif remaja pengunjung Mall Central Plaza Samarinda

### ***Manfaat Penelitian***

Suatu karya ilmiah diharapkan dapat berguna serta bisa menghasilkan sesuatu yang lebih baik bagi orang lain, demikian dengan skripsi ini dapat

berguna pada perkembangan organisasi pada masa-masa yang akan datang. Adapun kegunaan yang diharapkan sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai bahan masukan dan untuk menambah pengetahuan atau disiplin ilmu bagi semua pihak terutama untuk penelitian yang meneliti tentang perilaku konsumtif remaja di Mall.
  - b. Sebagai bahan informasi khususnya bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengadakan tinjauan mengenai perilaku konsumtif remaja di Mall.
2. Manfaat Praktis
  - a. Memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya kepada remaja tentang perilaku berbelanja di Mall secara berlebihan.
  - b. Sebagai masukan bagi remaja tentang pemahaman perilaku berbelanja secara berlebihan dan mencegah perilaku konsumtif.

### **Kerangka Dasar Teori**

#### ***Perilaku konsumtif***

Dahlan dalam Lina & Rosyid (1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Hal ini diperkuat oleh Anggasari (1997), yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif di tandai dengan tindakan membeli barang- barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1995), menyatakan terbentuknya perilaku konsumtif pada remaja di pengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku konsumtif adalah kelompok referensi. Kelompok referensi adalah sekelompok orang yang dapat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsuminya. Hal tersebut diperkuat oleh Howkins, Coney dan Bert (1980), yang mengatakan bahwa kelompok referensi merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif dimana kelompok referensi merupakan suatu kelompok yang memiliki nilai-nilai dan pandangan yang digunakan oleh

suatu individu yang termasuk didalamnya sebagai suatu landasan untuk perilakunya. Didalam suatu kelompok referensi terbentuk konformitas yang biasanya dipandang sebagai suatu tindakan dimana individu mengikuti keinginan kelompoknya dan tidak berfikir ataupun bertindak sebagai dirinya sendiri.

### ***Remaja***

Masa remaja merupakan periode peralihan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Pada masa ini remaja di antaranya mulai mencari identitas diri, sehingga seseorang yang sedang berada dalam masa remaja akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif. Hal itu cenderung terjadi karena kondisi emosi remaja yang tidak stabil dan cenderung sensitif terhadap semua hal yang berkaitan dengan pribadinya dan permasalahan permasalahan dirinya. Seiring dengan perubahan tersebut, pada usia remaja terbentuk pola konsumsi yang dapat berkembang menjadi pola konsumtif.

Piaget (Hurlock, 1991), yang mengatakan bahwa secara psikologis, remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi kedalam masyarakat dewasa, di suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau paling tidak sejajar. Remaja sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas. Mereka sudah tidak tergolong anak-anak, tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan orang dewasa. Remaja berada di antara anak-anak dan orang dewasa. Oleh karena itu remaja, seringkali dikenal dengan fase “mencari jati diri” atau fase “topan dan badai”. Remaja masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya.

### ***Defenisi konsepsional***

Suatu hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian adalah memberikan batasan yang akan dihipunkan dilapangan. Hal ini dilakukan untuk menghindari pengertian yang berbeda-beda, sehingga memberikan gambaran yang tepat mengenai masalah yang diteliti.

Berdasarkan pendapat diatas, maka untuk menjaga agar tidak terjadi salah penafsiran dalam penulisan ini, perlu memberikan suatu penjelasan mengenai istilah-istilah yang terdapat pada judul penulisan ini, yaitu :

1. Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah

dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

2. Remaja adalah merupakan periode peralihan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Pada masa ini remaja diantaranya mulai mencari identitas diri, sehingga seseorang yang sedang berada dalam masa remaja akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya.

## **Metode Penelitian**

### ***Jenis penelitian***

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang berupa kata atau kalimat yang menjelaskan apa adanya mengenai fenomena tentang perilaku konsumtif remaja, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

### ***Fokus penelitian***

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian kualitatif dimaksudkan untuk membatasi studi atau dengan kata lain fokus penelitian dapat membatasi bidang *inquiri*, dan memenuhi kriteria suatu informasi yang diperoleh di lapangan akan lebih jelas.

Didalam penelitian ini yang menjadi fokus atau indikator yang akan dibahas adalah:

1. Perilaku konsumtif remaja yang berkunjung di Mall Samarinda Central Plaza meliputi :
  - a) Intensitas remaja yang berkunjung di Mall Samarinda Central Plaza
  - b) Aktivitas remaja yang berkunjung di Mall Samarinda Central Plaza
  - c) Karakteristik sosial ekonomi remaja yang berkunjung di Mall Samarinda Central Plaza.
  - d) Perilaku remaja belanja di Mall Samarinda Central Plaza.

### ***Lokasi penelitian***

Penelitian ini dilakukan pada mall samarinda central plaza pada Mall tersebut saya pilih karena lokasi tersebut merupakan Mall yang selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat khususnya oleh para remaja.

### ***Sumber data***

Dalam penelitian ini, pemilihan narasumber dilakukan melalui teknik *Accidental Sampling*.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut ;

a) Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh melalui narasumber yaitu para remaja yang berkunjung di Mall Samarinda Central Plaza (SCP) dengan cara melakukan tanya jawab langsung dan dipandu dengan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan penelitian yang dipersiapkan sebelumnya.

b) Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh melalui berbagai sumber informasi yaitu dari buku-buku ilmiah yang berupa buku – buku ataupun jurnal – jurnal tentang perilaku konsumtif remaja.

***Teknik Pengumpulan Data***

Adapun metode pengumpulan datanya yaitu dengan menggunakan :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Penelusuran pustaka

***Analisis data***

Adapun tahapan analisis data adalah sebagai berikut;

1. Pengumpulan Data
2. Penyederhanaan data
3. Penyajian data
4. Penarikan kesimpulan

**Hasil Penelitian**

***1. Intensitas remaja pergi ke Mall***

Dari hasil penelitian dilapangan bahwa perilaku konsumtif Remaja berkunjung ke Mall dilihat dari frekuensinya bervariasi, dari jumlah remaja yang berkunjung antara 1 sampai dengan 4 kali dan 13 sampai dengan 16 kali. Remaja cenderung berkunjung ke Mall dengan tujuan untuk berbelanja dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan di Mall. Bagi remaja yang berkunjung mengatakan Mall adalah tempat yang menarik sehingga menjadikan Mall sebagai tempat belanja, *refresing* dan tempat untuk menghilangkan rasa kejenuhan mereka, apalagi Mall yang didesain sangat menarik dan membuat para pengunjungnya untuk merasa betah dan nyaman.

***2. Aktivitas remaja pergi ke Mall***

- a. Aktivitas berbelanja, bagi remaja Mall adalah tempat berbelanja produk-produk yang berkualitas, terlihat modern dan sesuai dengan selera dan keinginan.

- b. Aktivitas rekreasi, *refreshing* atau tempat hiburan selain tempat berbelanja Mall juga dianggap remaja sebagai tempat sarana hiburan untuk melepaskan rasa jenuh, di Mall juga tersedia banyak sarana-sarana hiburan yang ditawarkan sesuai dengan selera dan membuat para remaja yang berkunjung betah sehingga untuk mengeluarkan biaya sekalipun tidak menjadi suatu masalah.
- c. Aktivitas nongkrong (*hang-out*) dan melihat-lihat barang yang ada di Mall tersebut (cuci mata). Sebagian besar remaja yang berkunjung termotivasi dan membeli barang tersebut dari sekedar hanya melihat-lihat produk yang ditawarkan.
- d. Aktivitas bersosialisasi, remaja menganggap Mall itu juga sebagai tempat bersosialisasi, terutama pada penjaga *outlet* atau *store* yang ada di Mall tersebut guna untuk mendapatkan informasi tentang produk barang yang sedang *trend* dan *modern*.

### **3. Karakteristik sosial ekonomi**

Sosial ekonomi para remaja pengunjung Mall bervariasi, sebagian remaja belum bekerja sehingga kebutuhan dan uang saku masih ditanggung sepenuhnya oleh orang tua. Uang saku yang diberikan bervariasi antara jumlah yang kecil hingga jumlah yang besar yaitu 500.000 hingga 1.500.000 dalam satu bulannya. Dengan jumlah uang saku tersebut remaja cenderung berperilaku konsumtif.

### **4. Perilaku remaja belanja di Mall**

Dalam memilih barang yang akan dikonsumsi, sebagian besar para remaja sangat dipengaruhi oleh perkembangan *trend* yang ada. Terutama dengan *basic* psikologis dari seorang remaja yang cenderung masih labil dan bersifat dinamis, membuat mereka mudah terpengaruh oleh lingkungan pergaulan. Misalnya saja dengan keberadaan Mall sebagai salah satu tempat perbelanjaan yang menawarkan berbagai konsep baru. Produk-produk yang ditawarkan pun sangat beraneka ragam. Dari baju, celana, sepatu, tas, topi, bahkan *acecories* dan kaset pun tersedia di Mall.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Perilaku konsumtif remaja yang berkunjung ke Mall Samarinda Central Plaza bervariasi dari intensitas atau frekuensi remaja berkunjung ke Mall, aktivitas remaja di Mall, karakteristik sosial ekonomi, serta perilaku



remaja memilih belanja di Mall Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian di lapangan :

1. Remaja yang berkunjung ke Mall dalam setiap bulan bervariasi dari jumlah kunjungan antara 1 sampai dengan 4 kali dan 13-16 kali, hal tersebut menandakan bahwa remaja yang berkunjung dengan jumlah yang besar dalam setiap bulannya dikategorikan sebagai berperilaku konsumtif, karena kebanyakan remaja yang berkunjung tidak memproduksi barang melainkan melainkan berbelanja.
2. Aktivitas remaja di Mall sebagian besar adalah berbelanja, bukan menawarkan produk atau bahkan menjual dan selain itu juga Mall adalah tempat jalan-jalan, hiburan maupun bersosialisasi, dengan kehadiran Mall di Samarinda dalam hal membeli suatu produk, nilai guna (*use value*) dari suatu produk bukan hal yang diprioritaskan para informan. Melainkan hanya untuk terlihat *modern* didepan teman-teman sebaya.
3. Dengan adanya jumlah uang saku yang besar akan muncul keinginan yang kuat untuk mencoba hal – hal baru dan sifatnya cepat bosan informan dalam penelitian ini, lebih menitik beratkan pada persoalan barang atau produk yang bergengsi. Hal ini dapat dilihat dari ditematkannya faktor *trend*, sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk, hampir tidak memperhatikan masalah harga ataupun kebutuhan dan membuat remaja menjadi berperilaku konsumtif.
4. Perilaku remaja dalam berbelanja di Mall sebagian besar tidak lain ingin memperoleh kepuasan tersendiri dengan membeli barang yang dapat memenuhi kebutuhannya serta rasa kepuasan. disamping itu juga remaja ingin menikmati suasana yang nyaman dalam membeli barang yang ditawarkan.

#### **A. Saran**

1. Menumbuhkan kesadaran dalam diri remaja, mengapa mereka berperilaku konsumtif. Apakah perilaku itu benar-benar untuk memenuhi kebutuhan atautkah hanya sekedar untuk memenuhi keinginan dan kesenangan sesaat saja, remaja tidak harus berhemat, namun sikap rasional perlu di ambil dalam menghadapi kondisi pasar yang demikian. Remaja perlu membuang jauh-jauh sikap emosional dalam mengkonsumsi suatu produk.
2. Remaja menanamkan sikap percaya diri sejak dini dan tidak terlalu memfokuskan diri pada model yang sedang trend yang ditawarkan,

sehingga para remaja tidak menjadi boros dalam membelanjakan uang sakunya untuk membeli barang-barang yang hanya sebagai keinginan sesaat saja.

3. Dalam sebuah keluarga orang tua berperan sebagai contoh yang baik bagi anaknya dalam membeli atau mengkonsumsi barang, dan mengontrol kegiatan konsumsi anak anaknya, dengan membatasi besarnya uang saku dan memberikan contoh untuk tidak berperilaku konsumtif.
4. Bagi peneliti apabila melakukan penelitian dengan judul atau tema sejenis hendaknya lebih dilakukan secara mendalam agar lebih mendapatkan hasil yang maksimal dan lengkap.

#### **Daftar Pustaka**

- Agustina, Inca. 2005. *Gambaran Gaya Hidup Remaja yang Memiliki Keterlibatan Tinggi Terhadap Shopping Mall*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya. Jakarta.
- Anynomuou(2008).(online)<http://www.freewebs.com/kolektifbunga/konsumerisme.htm> (diakses tanggal 09/03/2013)
- Aprianti, Rika. 2005. *Pengaruh Majalah Remaja Terhadap Gaya Hidup Remaja Putri*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Amstrong (2008) Budaya konsumerisme. (online) <http://indowarta.com> (diakses tanggal 06/03/2013)
- Hermawan, Fransisca. Juni 2004. *Masyarakat Kota dan Gaya Hidup Konsumtif*. Jurnal Penelitian Ekonomi Fajar Volume 1 Nomor 1.
- Hurlock, Elisabeth B. 1980. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga. Jakarta.
- Haris. (2005) remembrance is power (on-line) <http://www.freewebs.com/kolektifbunga/konsumerisme.htm> (diakses tanggal 04/03/2013)
- <http://library.gunadarma.ac.id/repository/view/319546/perilaku-konsumtif-terhadap-barang-yang-berdiskon-pada-remaja-putri.html/> (di akses tanggal 09/03/2013)
- Lina & Rosyid (1997) perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. Jurnal psikologi. Universitas Gajah Mada
- Monks, F.J. Knoers, A.M.P, & Haditono, S.R. (1995). *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Gadjah Mada university prees.
- Novita ayu hartantie,2008. *Distribution Store dan Perilaku Konsumtif Remaja*. Skripsi fakultas ilmu sosial dan politik. Jurusan Sosiologi Universitas Sebelas Maret.

- Rosandi, Andika Filona. 2004. *Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya. Jakarta.
- Ritzer, George. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Terj Alimandan. Jakarta: CV. Rajawali 2004
- Rofiah zaimatur, *Pengaruh Menonton Iklan Terhadap Perilaku Konsumtif*. Dalam *skripsi*. Yogyakarta Fakultas Dakwah, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN sunan Kalijaga 2005
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sumartono (2002) *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi suatu pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers. 2003
- Santrock, jhon, W. *Adolescence Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga 2003
- Yusuf, Syamsu. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, Bandung: Rosda karya, 2004
- Zulkifli. (2005). *Psikologi perkembangan*. Bandung: PT. Remaja Rosdi