

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GAYA HIDUP KONSUMTIF DI KALANGAN MAHASISWI PERANTAUAN PROGRAM STUDI PEMBANGUNAN SOSIAL FISIP UNIVERSITAS MULAWARMAN, DI SAMARINDA

Heni Rusmiati Pakpahan¹, Lisbet Situmorang²

Abstrak

Tema yang di usung oleh penulis dalam penelitian ini adalah mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumtif Di Kalangan Mahasiswi Perantauan Program Studi Pembangunan Sosial Fisip Universitas Mulawarman, Di Samarinda. Mahasiswa merupakan kalangan yang mudah untuk tergerus arus globalisasi. Dalam berperilaku konsumtif mahasiswa perempuan lebih memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswi program studi pembangunan sosial perantauan Fisip Universitas Mulawarman, di Samarinda.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Menurut Ritzer George, terdapat beberapa alasan yang menjadikan konsumsi menjadi nyaris tidak terkendali sehingga fokus penelitian yang digunakan menurut Ritzer yaitu perkembangan shopping mall, perkembangan cybermall, berbagai katalog produk, dan jauh dari kontrol orang tua. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun Teknik pengambilan data pada penelitian menggunakan teknik snowball sampling. Informan pada penelitian ini yaitu mahasiswi dari program studi Pembangunan Sosial, Fisip Universitas Mulawarman.

Hasil penelitian yaitu bahwa adanya perkembangan shopping mall, perkembangan cybermall, berbagai katalog produk, dan jauhnya dari kontrol orang tua adalah faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswi perantauan. Namun perilaku konsumtif mahasiswi dalam berbelanja shopping mall, cybermall, dan jauhnya dari kontrol orang tua lebih berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif daripada keberadaan berbagai katalog produk karena seluruh mahasiswi pernah berbelanja karena paparan katalog namun tidak semua terdorong untuk menjadi sering berbelanja.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Konsumtif, Mahasiswi, Perantauan.

¹ Mahasiswa Program Studi pembangunan sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: henirusmiatii@gmail.com

² Dosen Pembimbing, Program Studi pembangunan sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Pendahuluan

Pada saat ini konsumtif menjadi bagian dari pola gaya hidup masyarakat. Hal ini diakibatkan perkembangan zaman yang terus berubah (Kharismayanti, 2017). Kegiatan konsumsi yang dilakukan telah berubah menjadi gaya hidup konsumtif dimana belanja yang dilakukan tidak lagi sesuai dengan kebutuhan sehingga konsumsi berlebihan suatu produk inilah yang dianggap sebagai perilaku menyimpang. Mahasiswa merupakan kalangan yang mudah untuk tergerus arus globalisasi dan menimbulkan gaya hidup yang bersifat konsumtif. Anak muda mudah terpengaruh oleh gaya hidup yang selalu berubah-ubah, mengikuti tren yang sedang populer, terutama pada mahasiswa perantauan yang butuh beradaptasi di suatu tempat termasuk kota-kota besar tempat untuk menempuh pendidikan lebih lanjut di perguruan tinggi.

Menurut Goodge (1983), mahasiswa tinggal di kostan dapat menimbulkan suatu masalah karena terdapat banyak norma-norma yang berbeda bagi mahasiswa dengan saat masih berada di rumah khususnya pada pola konsumsi yang konsumtif pada mahasiswa. Pada dasarnya sebagian besar mahasiswa belum menghasilkan uang sendiri dan masih mendapat uang saku dari orang tua sehingga terbatas. Keterbatasan uang saku dengan kebutuhan mahasiswa yang terbilang sangat banyak terutama pada seorang mahasiswi dengan segala kebutuhannya mengharuskan untuk mampu mengatur uang dengan baik dan jeli untuk mengambil keputusan dalam mengelola uang sendiri agar tidak mengalami krisis.

Menurut Luas (2023) Gaya hidup konsumtif yang hanya mementingkan penampilan di kampus dapat menjadi permasalahan yang lebih besar karena dapat mempengaruhi lingkungannya sehingga mereka tidak fokus pada studinya dan hanya fokus pada penampilan. Mahasiswa seharusnya bijak dan menahan diri dalam membeli sesuatu dengan mengutamakan kebutuhannya dari pada keinginan. Namun pada kenyataannya masih banyak mahasiswa tidak bijak dalam mengelola uang sakunya.

Menurut Rismayanti dan Oktapiani (2020) dalam penelitian yang dilakukannya menunjukkan perilaku konsumtif mahasiswa ditandai dengan mahasiswa yang menggunakan uang sakunya dengan berlebihan, mahasiswa begitu bersemangat ketika berbelanja di tempat perbelanjaan, serta merasakan senang apabila keinginannya terpenuhi. Dari penelitian yang dilakukan oleh Mintel dalam (Kharismayanti, 2017) memaparkan bahwa dalam urusan penampilan perempuan memiliki nilai 30% dalam memprioritaskan pengeluaran sedang pada laki-laki hanya 3%. Hal ini Menunjukkan bahwa perempuan identik dengan hobi berbelanja dan perempuan lebih bersifat emosional dalam menggunakan dana yang ada

dibandingkan laki-laki, akibatnya kaum perempuan mengeluarkan biaya berlebih dan mengarah pada gaya hidup yang cenderung konsumtif.

Berdasarkan pandangan peneliti pada mahasiswa perantauan terutama pada mahasiswi perantauan Pembangunan Sosial, Fisip Universitas Mulawarman terdapat mahasiswi perantauan yang telah mengadopsi gaya hidup konsumtif. Dengan gaya hidup di perkotaan yang serba ada dan lengkap membuat mahasiswi terdorong untuk melakukan perilaku konsumtif. Salah satunya adalah perkembangan pusat perbelanjaan yang memudahkan untuk berbelanja seperti *mall* yang menyediakan berbagai macam kebutuhan dan merupakan suatu hal baru bagi mahasiswi perantauan yang tinggal di daerah yang belum memiliki *mall* atau bahkan menjadi tempat yang dituju untuk membeli barang-barang yang dianggap berkkelas.

Selanjutnya yaitu perkembangan teknologi yang cukup pesat di era globalisasi memberikan suatu dampak yang besar dari segala sisi. Teknologi memberikan kemudahan dalam akses informasi dan kecepatan dalam pelayanan informasi mengenai kebutuhan di masyarakat terutama dalam aktivitas konsumsi. Dengan teknologi yang berkembang mengakibatkan bertambahnya rasa ingin atau hasrat memuaskan keinginan. Hal ini disebabkan teknologi yang canggih memberikan pengaruh untuk terus ingin berbelanja karena tampilan produk menjadi semakin menarik dan sangat mudah didapatkan (Aggraeni, 2017). Pada penelitian ini peneliti melihat bahwa adanya perubahan perilaku mahasiswi perantauan saat masih menjadi mahasiswi awal dan saat setelah menjadi mahasiswi yang cukup lama tinggal di kota samarinda. Perubahan tersebut terlihat dari perbedaan gaya hidup yang sebelum dan sesudah beradaptasi dimana adanya perubahan gaya hidup individu nya yaitu lebih kepada gaya hidup konsumtif.

Kerangka Dasar Teori

Gaya hidup konsumtif

1. Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Suyanto (2013:156) merupakan bentuk aktivitas yang membedakan setiap individu.

2. Gaya Hidup Konsumtif

Menurut Setiaji 1995 dalam (Minanda, 2018) berpendapat bahwa gaya hidup konsumtif adalah kecenderungan tindakan pembelian sesuatu yang berlebihan atau tidak terencana oleh seseorang.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.

Terdapat aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Nugraha (2019) yaitu:

- a. Pembelian impulsif adalah remaja yang membeli sekedar atas dasar hasrat mendadak atau keinginan sementara dengan berlebihan tanpa adanya pertimbangan, tanpa peduli yang akan terjadi setelahnya dan umumnya bersifat emosional.
- b. Pemborosan adalah belanja secara berlebihan sesuatu yang tidak sesuai tempatnya ataupun lebih dari kapasitas seharusnya.
- c. Mencari kesenangan adalah kondisi konsumen yang berbelanja hanya untuk kesenangan

4. Dampak Gaya Hidup Konsumtif

Menurut Setiaji 1995 dalam konsumerisme (Soviati,2022) memaparkan kerugian yang disebabkan oleh membeli barang dengan berlebihan dan membabi buta, yaitu: (1) Uang belanja menjadi boros, hanya untuk barang yang tidak penting, (2) Keinginan belanja yang sulit dikontrol, (3) Timbulnya perilaku boros dan hedonism, (4) Terjadinya kecemburuan sosial akibat iri dengan gaya hidup dan barang yang dimiliki orang lain, berdampak timbulnya rasa ingin meniru dan membelinya, (5) Kesempatan menabung kurang, (6) Tidak mempersiapkan untuk kebutuhan pendatang, (7) Tidak mempunyai uang darurat, (8) Susah untuk membedakan kebutuhan dan keinginan. menurut Setiaji 1995 dalam (Minanda, 2018) berpendapat bahwa gaya hidup konsumtif adalah kecenderungan tindakan pembelian sesuatu yang berlebihan atau tidak terencana oleh seseorang.

Mahasiswa Perantauan

Menurut Ramadhani (2022) Mahasiswa merantau adalah mahasiswa yang meninggalkan tempat asalnya untuk menimba ilmu yang berasal dari luar daerah tempat tinggalnya yang setelah selesai akan kembali pulang ke daerah asalnya.

Faktor-Faktor Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa perantauan

Fakor-faktor gaya hidup konsumtif dalam penelitian ini yaitu menurut Ritzer, dalam (Suyanto, 2013:23-24) yang mencatat alasan perkembangan konsumen yang menjadikan konsumsi yang nyaris tidak terkendali adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan *Shopping Mall*
2. Perkembangan *Cyber Mall*
3. Berbagai Katalog Produk
4. Jauh dari Kontrol Orang Tua (Dewi,2017)

Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan perolehan data menurut realitas sosial, kondisi yang terjadi secara natural (alami) dengan maksud menginterpretasikan sebuah fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini informasi yang dikelola adalah berdasarkan pada data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini yaitu mengambil secara langsung data dari narasumber sebagai sumber data penelitian. Sumber data penelitian ini adalah mahasiswi fisip unmul khususnya yaitu mahasiswi dari program studi pembangunan sosial. Teknik pengambilan data yaitu menggunakan *snowball sampling*. kriteria informan yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu mahasiswi perantauan, mahasiswi yang memiliki pola hidup konsumtif, dan mahasiswi yang memiliki perekonomian menengah kebawah. Sedangkan, data sekunder adalah data yang diperoleh tidak didapatkan secara langsung sebagai referensi dari studi kepustakaan atau internet yaitu melalui jurnal, artikel, dan buku. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun Teknik analisis yang digunakan adalah menurut Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan terakhir penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian

1. Perkembangan Shopping Mall

Bagi mahasiswi yang merantau, terutama daerah yang belum terdapat *mall* seperti Tenggarong, Paser, Kutai barat, dan Berau, keberadaan *mall* membuat mahasiswi tersebut sering untuk ke *mall*. Sedangkan untuk daerah bontang sendiri yang memiliki satu *mall*, beranggapan bahwa *mall* di Samarinda lebih baik dari yang ada di Bontang karena masih sepi dan belum ramai seperti di kota Samarinda, sehingga lebih sering ke *mall* Samarinda daripada tempat asal.

Tabel 1. Frekuensi Mahasiswi ke Mall

| Nama | Frekuensi Ke Mal /Bulan | Frekuensi waktu ke mal/jam | Jumlah pengeluaran (Sekali Pergi) |
|-------------|------------------------------------|---------------------------------------|--|
| DMN | 5-6 | 2 Jam | Rp 30.000 - Rp 200.000 |
| M | 3-4 | 2 Jam | Rp 15.000 - Rp 100.000 |
| NAK | 3-4 | 1-1,5 Jam | Rp 100.000 - Rp 200.000 |
| NH | 4-5 | 1-2 Jam | Rp 50.000 - Rp 150.000 |
| NA | 3-4 | 1-4 Jam | Rp 200.000 - Rp 300.000 |
| SN | 3-4 | 2-4 Jam | Rp 150.000 - Rp 300.000 |
| VAEP | 3-6 | 2-4 Jam | Rp 100.000 - Rp 150.000 |

| | | | |
|-----|-----|-------|------------------------|
| ZNI | 4-5 | 3 Jam | Rp 50.000 - Rp 300.000 |
|-----|-----|-------|------------------------|

Terdapat beberapa alasan mengapa perkembangan *mall* menjadi salah satu dari faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif pada mahasiswi yang merantau yaitu karena dengan adanya *shopping mall* dimana berbagai macam produk tersedia maka akses untuk berbelanja pun menjadi lebih mudah karena di dalam *mall* terdapat berbagai macam jenis produk yang lengkap dimana dalam suatu tempat perbelanjaan menyediakan segala jenis produk atau beragam jenis produk yang dibutuhkan sehingga pelanggan merasa nyaman dan efisiensi waktu. Belum lagi bahwa barang-barang yang berada di *mall* dianggap yang berkualitas baik sehingga dalam mencari suatu produk *mall* akan menjadi tujuan untuk berbelanja. Selanjutnya yaitu terdapat beberapa brand toko yang menjadi tujuan mahasiswi untuk mengunjungi *mall* dimana brand-brand tersebut dianggap lebih terjangkau dan masih sesuai dengan kantong mahasiswi sehingga mahasiswi memilih berbelanja disana dengan mengedepankan brand suatu produk dari pada memilih produk sesuai kebutuhan yang lebih hemat.

Selanjutnya yaitu di *mall* seringkali terdapat berbagai promosi dan penawaran yang memicu keinginan belanja bagi mahasiswi karena hal tersebut merupakan kesempatan untuk berbelanja barang *mall*. Terutama ketika *mall* sedang mengadakan diskon besar-besaran dengan banting harga. meskipun promosi yang diberikan oleh *mall* adalah diskon potongan harga yang masih terbilang mahal jika dibandingkan dengan barang di toko biasa ataupun pasar namun dengan kualitas yang tinggi dan berbeda dengan kualitas di pasaran mahasiswi akan tetap membeli barang yang diinginkan tersebut.

Mall juga menjadi tempat mencari hiburan bagi mahasiswi perantauan. Datang ke *mall* juga tidak selalu diartikan harus membeli barang atau dengan tujuan tertentu karena bagi mahasiswi perantauan seringkali *mall* hanya dijadikan sebagai objek tujuan oleh mahasiswi ketika sedang merasa bosan saja, hanya untuk sekedar cuci mata dan sebagai tempat tujuan ketika ingin jalan-jalan bersama dengan teman. Meskipun begitu mahasiswi yang datang ke *mall* akan selalu mengeluarkan uang.

2. Perkembangan Cyber Mall

Perkembangan *cybermall* atau pusat perbelanjaan yang menggunakan platform E-commerce menyediakan layanan produk dari berbagai toko dan penjual dengan jenis produk atau merek yang berada dalam satu aplikasi belanja sehingga memudahkan untuk belanja dari segala jenis umur, terutama kalangan muda yang terampil dalam teknologi. Bagi mahasiswi perantauan melalui hasil wawancara, pembelian dengan adanya *cybermall* belanja online berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa perantauan. Di wilayah kota Samarinda, ongkos kirim terbilang relatif murah atau terjangkau bagi mahasiswi dibandingkan di kota asal tempat tinggal mereka sehingga memberikan tingkat frekuensi berbelanja mereka lebih sering di Samarinda

Dengan adanya *cybermall* atau platform berbelanja online (E-commerce) yang ada saat ini memberikan kemudahan bagi mahasiswi untuk berbelanja dimanapun dan kapanpun. Aplikasi yang mudah dan berbagai fitur yang mudah untuk dimengerti bagi kalangan mahasiswi memberikan kenyamanan dalam berbelanja.

Di dalam aplikasi belanja juga terdapat berbagai jenis rupa produk yang tersedia, bagi mahasiswi perantauan hal ini membuat mahasiswi tergiur saat sedang membuka aplikasi sehingga terkecoh untuk membeli suatu produk yang tidak dibutuhkan. Dengan adanya berbagai produk yang sama dari berbagai tempat, hal ini memberikan kemudahan bagi mahasiswi untuk membandingkan harga yang lebih murah sehingga tergoda untuk membeli suatu produk tersebut. Bagi kaum wanita aksesoris, pakaian, skincare, dan makanan adalah suatu produk yang paling banyak diminati. Adanya iklan yang menampilkan produk-produk tersebut pada aplikasi membuat mahasiswi tergiur untuk berbelanja karena terpengaruh oleh iklan.

Selain itu harga yang kompetitif merupakan salah satu alasan mahasiswi berbelanja secara online. Dalam berbelanja online, salah satu yang paling menarik dan mendorong perilaku konsumtif adalah harga yang lebih terjangkau ataupun murah dibandingkan dengan toko fisik, mahasiswi juga lebih mudah untuk membandingkan suatu harga dengan satu sama lain didalam suatu aplikasi belanja online. Mahasiswi juga membeli secara online dikarenakan terbujuk oleh strategi marketing yang ada, berupa diskon dan penawaran menarik.

3. Berbagai Katalog Produk

Katalog memiliki bentuk yang beragam, bukan lagi hanya berbentuk katalog cetak namun juga sudah terdapat katalog digital. Katalog merujuk kepada berbagai media seperti majalah mode, situs web belanja, platform sosial media atau hal lain yang mempromosikan gaya hidup tertentu, produk-produk konsumen dan tren ke dalam budaya populer, yang menyediakan informasi tentang produk serta mempengaruhi keinginan konsumen. Hasil penelitian di lapangan menemukan hanya 1 mahasiswi yang pernah membeli barang dari sebuah katalog cetak berupa majalah dan sisanya 7 orang membeli produk dalam katalog melalui jenis katalog online yaitu melalui sosial media berupa instagram, tiktok, dan facebook. Tidak semua mahasiswi sering membeli karena katalog. Hanya 6 dari 2 mahasiswi yang membeli karena paparan katalog, dan 2 lainnya hanya sesekali.

Dengan adanya katalog memudahkan mahasiswi untuk menemukan berbagai informasi produk di dalam satu toko tanpa harus datang secara langsung ke toko fisik. Katalog yang disusun sedemikian rupa memberikan kemudahan untuk berbelanja melalui katalog. Penjual menarik perhatian pembeli di sosial media dengan cara memasang iklan sehingga mahasiswi tertarik untuk menelusuri produk lebih rinci dengan membuka katalog. Katalog juga menyediakan barang yang sedang tren dan populer sehingga menarik mahasiswi tergiur untuk mengikuti budaya yang sedang populer.

Selanjutnya yaitu mahasiswi perantauan memilih untuk berbelanja dengan melihat katalog adalah dikarenakan adanya promo dan diskon suatu barang yang menarik. Biasanya dalam promo yang diberikan terdapat batasan waktu sehingga mahasiswi tertarik untuk memaksa membeli barang yang diinginkan agar tidak melewati batas waktu promo. Bagi mahasiswi perantauan biasanya toko-toko yang menjadi tujuan sasaran berbelanja promo adalah toko besar salah satunya seperti guardian yang tidak ada di daerah tempat tinggal mahasiswi perantauan dan hanya bisa didapatkan di Samarinda.

4. Jauh dari Kontrol Orang Tua

Mahasiswi yang merantau akan dituntut untuk hidup mandiri. Namun kurangnya kontrol dari orang tua dapat memicu perilaku konsumtif mahasiswi perantauan. Selama jauh dari orang tua mahasiswi memiliki kebebasan untuk menggunakan uang saku mereka, mereka bebas mengontrol uang saku yang dimiliki untuk berbelanja, serta dorongan dari teman sebaya sehingga membuat mereka suka nongkrong atau ngumpul dengan tujuan tidak penting.

Kurangnya pengawasan orang tua bagi mahasiswi perantauan yaitu berarti kurangnya kontrol terhadap pengeluaran mahasiswi, sehingga mahasiswi perantauan memiliki kebebasan untuk membelanjakan uangnya sehingga dengan mudah tergoda untuk berbelanja secara impulsif dan boros. Menurut hasil narasumber yang dipaparkan dalam hasil penelitian bahwa dengan jauh dari orang tua mahasiswi tersebut tidak takut akan dimarahi saat membeli suatu produk artinya tidak ada yang membatasi mahasiswi untuk melakukan apa yang diinginkan menggunakan uang sakunya.

Selain itu adanya pengaruh teman sebaya dan kurangnya kontrol diri dalam mengelola keuangan juga mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswi perantauan. Perubahan kebiasaan yang dimiliki oleh mahasiswi sebelum dan sesudah merantau yaitu bahwa mahasiswi yang merantau tentu saja akan lebih dekat dengan teman-temannya bahkan ketika jauh dari orang tua mahasiswi bebas pergi ke mana saja dan pulang kapan saja sehingga kebanyakan waktu yang digunakan adalah dengan teman sebayanya. Pengaruh teman sebaya mempengaruhi gaya hidup mahasiswi untuk bersikap konsumtif.

Selanjutnya yaitu bagi mahasiswi perantauan mengatur atau mengelola uang adalah hal yang harus bisa dilakukan. Namun mahasiswi perantauan yang diberikan uang saku oleh orang tua kurang bisa mengontrol diri untuk menahan berbelanja sesuatu yang tidak mereka butuhkan. Uang saku yang disisihkan mahasiswi untuk memenuhi kebutuhan menyebabkan mahasiswi mengurangi jatah makan atau meminta kembali kepada orang tua sehingga menjadi boros.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah bahwa adanya perkembangan *shopping mall*, perkembangan *cybermall*, berbagai katalog produk, dan jauhnya dari kontrol orang tua merupakan faktor-faktor yang

mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswi perantauan. Namun perilaku konsumtif mahasiswi dalam berbelanja shopping mall, cybermall, dan jauhnya dari kontrol orang tua lebih berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif daripada keberadaan berbagai katalog produk karena seluruh mahasiswi pernah berbelanja dengan paparan katalog namun tidak semuanya terdorong untuk sering berbelanja.

Adapun pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswi perantauan Fisip Universitas Mulawarman yaitu (1) Perkembangan shopping mall yaitu karena produk yang beragam dengan berbagai jenis brand, promo dan penawaran yang menarik dan sebagai tempat hiburan. (2) Perkembangan *cybermall* karena kemudahan akses berbelanja dan pembayaran, beragam jenis produk, dan harga yang kompetitif. (3) Berbagai katalog produk karena memberikan paparan produk tren yang populer melalui sosial media serta promo dan penawaran yang menarik bagi mahasiswi. (4) Jauh dari kontrol orang tua karena mahasiswi mendapat kebebasan berbelanja, Pengaruh teman sebaya, Kurangnya mengontrol diri dalam mengelola keuangannya.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh penulis, maka penulis memberikan rekomendasi yaitu kepada orang tua mahasiswi perantauan dimana sebaiknya orang tua melakukan kontrol dengan bijak terhadap uang saku mahasiswi perantauan karena kurangnya kontrol uang saku yang diberikan oleh orang tua kepada mahasiswi berpengaruh besar terhadap meningkatnya gaya hidup konsumtif mahasiswi perantauan seperti senang berbelanja *mall*, berbelanja melalui *cybermall*, serta terpapar oleh berbagai katalog produk.

Daftar Pustaka

- Goode, W.J. (1983). *Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Penerbit PT. Bina Aksara
- Kharismayanti, I., S. (2017). 'Pola Penggunaan Dana Dan Gaya Hidup Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta'. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 6(4)
- Luas., N., G. Irawan., & S. Windrawanto., Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 13(1).
- Minanda, A., Roslan. S., Anggraini. D. (2018). 'Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari'. *Neo Societal*. 3(2). 2503-359X
- Nugraha, B. E. (2019). 'Perubahan perilaku konsumtif pada mahasiswa perantauan (studi kasus mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)'. *Bachelor's thesis*.
- Rismayanti, T., Okatpiani, S., (2020). 'Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa'. *Nusantara Journal Of Economic (NJE)*, 2(2).

- Ramadhani, A. S. N., Khuzaimah, Pratama, H. B., & Utami, D. (2022). 'Mahasiswa Perantauan Dan Konsumerisme : Terbawa Arus Atau Tetap Bergaya Irit? (Studi Pada Mahasiswa Rantau UNESA Di Kecamatan Wonokromo)'. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) 2022*, 1
- Suyanto, Bagong. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Soviati, S. *Perilaku Konsumtif Pembawa Petaka Di Era Modern*. (2022, Agustus). Kementerian Keuangan Republik Indonesia: [Perilaku Konsumtif Pembawa Petaka Di Era Modern \(kemenkeu.go.id\)](https://kemenkeu.go.id) diakses pada 5 Oktober 2023