

DETERMINAN PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z

Rizky Anggi Pratama¹, Maheni Ika Sari², Retno Endah Supeni³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Jln. Karimata No. 49 Jember 68121

E-mail : rizkyanggi28@gmail.com (Koresponding)

Submit: 8 Mei 2024

Review: 28 Mei 2024

Publish: 26 Juni 2024

Abstract: *Research has been conducted on young high school/vocational school students in Genteng District to determine the influence of financial literacy on the consumption behavior of Generation Z (X1), to determine the influence of peers on consumptive behavior (X2) and to determine the influence of parents' socio-economic conditions (X3) on consumptive behavior. (Y) for high school/vocational school students in Genteng District. This research uses a quantitative method by distributing questionnaires to 378 respondents and converting the results into a Likert scale (1-5) so that the relationship between variables can be analyzed. By using the Kolgorov Smirnov Normality Test and multiple linear regression, the results showed that the financial literacy and peer variables were significant to consumer behavior. The results of this test require learning related to financial literacy in students. The results of the hypothesis test state that socio-economic variables are not significant on consumer behavior. The results of this test show that economic differences between students have an influence on students' consumptive behavior.*

Keywords: *financial literacy, peers, socio-economic conditions, consumer behavior, Gen Z*

Di era globalisasi, pesatnya perkembangan teknologi sangat mempengaruhi pandangan individu yang berbudaya pragmatis. Masalah keuangan tidak terbatas pada individu yang sudah menikah atau mereka yang sudah berkeluarga. Bahkan siswa SMA atau SMK dari Generasi Z mungkin akan menghadapi kesulitan keuangan. Biasanya, siswa dikategorikan sebagai remaja, yang berada antara rentang usia 13 hingga 19 tahun, saat mereka bertransisi ke masa dewasa. Masa remaja yang sering dikenal dengan generasi Z merupakan masa yang ditandai dengan perkembangan identitas diri dan eksplorasi diri. Pada tahap ini, remaja sering kali menunjukkan egoisme dan rasa percaya diri yang kuat. Pengaruh globalisasi dan kenyamanan yang menyertainya menjerat banyak remaja pada gaya hidup konsumtif (Dikra & Minarti, 2017).

Hal ini sangat memudahkan pengeluaran remaja hanya untuk kepuasan memperoleh benda-benda yang diinginkan, seperti yang sedang populer atau viral. Selain itu, pengaruh komunitas atau lingkaran sosial bisa sangat persuasif, terutama bila ada *circle*

pertemanan yang memiliki barang-barang unik. Keinginan untuk berpartisipasi dalam memiliki barang-barang tersebut, terutama dengan influencer seperti selebriti Instagram, YouTuber, atau tokoh masyarakat yang mendukung produk, termasuk dalam kategori individu yang sangat berpengaruh, khususnya di kalangan Generasi Z, dalam hal belanja praktis. Orang-orang yang tertarik, terutama para influencer yang dipuja oleh generasi Z, akan merasa nyaman untuk mendapatkan harta benda yang sama dengan idolanya. Perilaku ini dapat diartikan sebagai wujud gaya hidup mewah yang ditandai dengan kepatuhan terhadap tren fesyen terkini, sering bersosialisasi di kafe dan tempat perbelanjaan seperti mall, serta sering berbelanja melalui internet, semuanya berkontribusi pada gaya hidup boros.

Perilaku konsumtif sangat erat kaitannya dengan konsumsi impulsif (impulsive consumption). Konsumsi impulsif mengacu pada pengeluaran

berulang dan sering kali berlebihan yang terjadi sebagai respons terhadap perasaan tegang, khawatir, depresi, atau bosan, yang didorong oleh keinginan yang kuat. Menurut Chen dan Ronald (1998), literasi keuangan adalah perolehan pengetahuan yang diperlukan untuk mengelola keuangan seseorang secara efektif. Penelitian ekstensif mengenai literasi keuangan telah dilakukan di negara-negara maju. Literasi keuangan memainkan peran yang bermanfaat dalam mendorong pembangunan ekonomi baik pada tingkat individu maupun masyarakat. Literasi keuangan yang kuat memungkinkan nasabah mengambil keputusan yang tepat, mengalokasikan sumber daya secara efektif, dan merencanakan masa depan secara strategis. Konsumen yang memiliki pemahaman komprehensif tentang literasi keuangan akan menunjukkan kecerdasan yang lebih baik dalam proses pengambilan keputusan, kemampuan menyuarakan keluhan, dan strategi investasi. Peningkatan literasi keuangan berpotensi menurunkan perilaku konsumen (Nurachma & Arief, 2017).

Menurut (Susilowati dan Sari, 2014), teman sebaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan remaja. Teman sebaya mengacu pada individu yang memiliki usia atau tingkat kedewasaan yang sama dan terlibat dalam kehidupan komunal sambil memberikan pengaruh timbal balik satu sama lain. Remaja sering menghadapi dilema antara diterima atau ditolak oleh teman sebayanya di lingkungan sosial. Untuk menghindari penolakan teman sebaya, remaja sering kali menyesuaikan diri dengan norma dan perilaku kelompok teman sebayanya untuk mendapatkan penerimaan dan menghindari pengucilan sosial. Salah satu pendekatannya adalah dengan mengadopsi gaya hidup konsumeris yang lazim di kalangan teman-teman Anda. Kelompok teman sebaya berfungsi sebagai lingkungan sosial yang penting bagi remaja, memainkan

peran penting dalam membentuk perkembangan kepribadian mereka. Dampak signifikan dari kelompok teman sebaya berasal dari sifat eksternal mereka dan kehadiran kolektif teman sebaya. Oleh karena itu, masuk akal untuk menyatakan bahwa pengaruh teman sebaya terhadap sikap, diskusi minat, penampilan, dan perilaku melebihi pengaruh keluarga (Kadeni & Srijani, 2018).

Perilaku konsumtif dapat mengakar di dalam gaya hidup remaja, karena semakin dewasa seseorang semakin besar juga kebutuhannya (Dikria, 2016). Penelitian (Fattah, 2018) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian (Andin, 2016) menyatakan terdapat hubungan positif dan signifikan antara teman sebaya dan perilaku konsumtif. Penelitian (Amalia, 2017) menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian (Arief, 2017) menyatakan bahwa kondisi sosial ekonomi keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka tujuan dilakukan penelitian ini antara lain : (1) Untuk Mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Siswa SMA/SMK Kecamatan Genteng. (2) Untuk mengetahui pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA/SMK Kecamatan Genteng (3) Untuk mengetahui pengaruh kondisi sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA/SMK Kecamatan Genteng.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Sma/Smk di Kecamatan Genteng Banyuwangi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik Kuesioner. Populasi dalam penelitian ini populasidalam penelitian ini adalah siswa-siswi yang bersekolah Sma/Smk di kecamatan Genteng.

HASIL

Hasil Uji Validitas

No	Indikator	Kriteria 1		Kriteria 2		Keterangan
		r hitung	r tabel	Nilai sig	alpha	
Literasi Keuangan						
1.	X1.1	0,685	0,098	0,000	0,05	Valid
2.	X1.2	0,649	0,098	0,000	0,05	Valid
3.	X1.3	0,664	0,098	0,000	0,05	Valid
4.	X1.4	0,688	0,098	0,000	0,05	Valid
5.	X1.5	0,628	0,098	0,000	0,05	Valid
Teman Sebaya						
1.	X2.1	0,436	0,098	0,000	0,05	Valid
2.	X2.2	0,632	0,098	0,000	0,05	Valid
3.	X2.3	0,648	0,098	0,000	0,05	Valid
4.	X2.4	0,690	0,098	0,000	0,05	Valid
5.	X2.5	0,668	0,098	0,000	0,05	Valid
6.	X2.6	0,653	0,098	0,000	0,05	Valid
Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga						
1.	X3.1	0,398	0,098	0,000	0,05	Valid
2.	X3.2	0,533	0,098	0,000	0,05	Valid
3.	X3.3	0,802	0,098	0,000	0,05	Valid
Perilaku Konsumtif						
1.	Y.1	0,624	0,098	0,000	0,05	Valid
2.	Y.2	0,687	0,098	0,000	0,05	Valid
3.	Y.3	0,706	0,098	0,000	0,05	Valid
4.	Y.4	0,676	0,098	0,000	0,05	Valid
5.	Y.5	0,672	0,098	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer, 2023

Temuan pengujian validitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi setiap indikator dengan total skor konstruk setiap variabel adalah valid. Hal ini disebabkan karena korelasi teramati (r-hitung) > nilai korelasi kritis (r-tabel) sebesar 0,098 dan nilai signifikansinya < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada setiap item dianggap valid.

Hasil Uji Reabilitas

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.895	1.318		5.988	.000
	X1	.324	.048	.320	6.742	.000
	X2	.187	.040	.224	4.683	.000
	X3	.113	.061	.084	1.865	.063

a. Dependent Variable: Y

Sumber data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas menghasilkan angka *cronbach alpha* di atas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua dari pernyataan teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16679957
Most Extreme Differences	Absolute	.156
	Positive	.071
	Negative	-.156
Test Statistic		.156
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023

Dari hasil uji normalitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai *Kolmogorov Smirnov* adalah sebesar 156 dengan nilai signifikansi 0,000 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi Normal. Perhitungan normalitas nilai sig > 0,05 maka data terdistribusi normal.

Tabel Hasil analisis linier berganda

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Standart Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,681	0,60	Reliabel
Teman Sebaya (X2)	0,677	0,60	Reliabel
Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga (X3)	0,694	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,698	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel di atas, diperoleh model regresi sebagai berikut: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$.

$$Y = 7.895 + 0.324X_1 + 0.187X_2 + 0.113X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas memiliki makna sebagai berikut:

1. Nilai konstanta dari persamaan diatas didapatkan nilai konstanta positif yang berarti bahwa jika nilai variabel independen literasi keuangan (X1), teman sebaya (X2), kondisi sosial ekonomi keluarga (X3) dinilai konstan, maka perilaku

konsumtif (Y) pada penelitian ini memiliki hubungan positif.

2. Variabel literasi keuangan (X1) memiliki arah koefisien positif terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini membuktikan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan positif terhadap variabel dependen yaitu Perilaku konsumtif Siswa SMK/SMA di Kecamatan Genteng. Apabila nilai literasi keuangan bertambah maka nilai perilaku konsumtif juga bertambah, begitupun sebaliknya jika nilai literasi keuangan turun maka nilai perilaku konsumtif akan menurun.
3. Variabel teman sebaya (X2) memiliki arah koefisien positif terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini membuktikan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan positif terhadap variabel dependen yaitu Perilaku konsumtif Siswa SMK/SMA di Kecamatan Genteng. Apabila nilai teman sebaya bertambah maka nilai perilaku konsumtif juga bertambah, begitupun sebaliknya jika nilai teman sebaya turun maka nilai perilaku konsumtif akan menurun.
4. Variabel kondisi sosial ekonomi keluarga (X3) memiliki arah koefisien tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini membuktikan bahwa kondisi sosial ekonomi keluarga memiliki hubungan berlawanan/negatif terhadap variabel dependen yaitu Perilaku konsumtif Siswa SMK/SMA di Kecamatan Genteng. Apabila nilai kondisi sosial ekonomi keluarga bertambah maka nilai perilaku konsumtif akan menurun. Begitupun sebaliknya, apabila nilai literasi keuangan mengalami penurunan maka perilaku menabung akan meningkat.

Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.
Literasi Keuangan (X1)	6,742	0,000
Teman Sebaya (X2)	4,683	0,000
Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga (X)	1,865	0,063

Sumber: Data Primer, 2023

Keterangan :

1. Variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis pertama, H1 : variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif “diterima”.
2. Variabel teman sebaya memiliki nilai signifikan sebesar 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis pertama, H2 : variabel teman sebaya berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif “diterima”.
3. Variabel kondisi sosial ekonomi keluarga memiliki nilai signifikan sebesar 0,063, nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel kondisi sosial ekonomi keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Maka hipotesis ketiga, H3: variabel kondisi sosial ekonomi keluarga tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif “ditolak”

PEMBAHASAN

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA/SMK di Kecamatan Genteng, hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Sedangkan kondisi sosial ekonomi tidak berpengaruh signifikan, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Responden pada penelitian ini didominasi usia 15-16 tahun. Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi siswa SMA/SMK dalam berperilaku konsumtif diantaranya yaitu kehidupan yang terlalu mengutamakan gengsi, mengikuti tren di sosial media, mudahnya mendapat pinjaman online, dan pengalaman tentang pengelolaan keuangan yang kurang sehingga menyebabkan keuangan tidak terkontrol. Ada 3 variabel independen dalam penelitian ini, sehingga dari hasil analisis data yang diperoleh dapat dijabarkan sebagai berikut.

Hasil uji hipotesis secara parsial/uji t dimana variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikan 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Didasari padahal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.

Maka hipotesis,

H1: variable literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif“ditolak”

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA/SMK di Kecamatan Genteng. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian lain oleh (Theodorus Mawo, Partono Thomas dan St.Sunarto (2018) dan (Nurita Dewi, Rusdarti, St Sunarto(2019) yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil pada penelitian ini pada uji hipotesis parsial/uji t, dimana variabel independen mempunyai nilai signifikansi statistik sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel rekan mempunyai pengaruh

yang cukup besar terhadap variabel perilaku pelanggan. Hipotesis awal H1 menyatakan bahwa variabel pengelolaan keuangan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel perilaku menabung. Yang dimaksud dengan “diterima” adalah sesuatu yang telah disetujui.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif siswa SMA/SMK di Kecamatan Genteng. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan teman yang baik akan juga berdampak baik bagi perilaku konsumtif siswa. Hasil ini didukung dengan penelitian lain oleh (Nailatul Hidayah, Prasetyo Ari Bowo, 2018) dan (Hanindya Sucita Putri, Endang Sri Indrawati, 2016) yang menyatakan bahwa variabel teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini uji t menunjukkan bahwa variabel Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga mempunyai nilai p-value sebesar 0,063 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel perilaku konsumen. Hipotesis ketiga, H3 yang menyatakan bahwa variabel Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga tidak berpengaruh besar terhadap variabel perilaku Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga dikatakan “ditolak”.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa SMA/SMK di Kecamatan Genteng. Karena pada dasarnya perilaku konsumtif yang ada di SMA/SMK di Kecamatan Genteng ini mempunyai *minset* tersendiri dan sadar akan adanya perilaku konsumtif yang akan berdampak pada sosial ekonomi yang ada. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian lain oleh (Nova Pratiwi, Riswan Ardea, 2023) yang menyatakan bahwa variabel Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga

berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Dari hasil pengujian dan pembahasan mengenai perilaku konsumtif siswa SMA/SMK di Kecamatan Genteng, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada hasil uji hipotesis dinyatakan bahwa variabel literasi keuangan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa baiknya pengelolaan keuangan pada generasi z dengan didasari pada pemahaman yang kuat serta keputusan yang tepat guna.
2. Pada hasil uji hipotesis teman sebaya signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa dalam pertemanan juga sangat berpengaruh dalam penggunaan uang dalam kehidupan sehari-hari.
3. Pada hasil uji hipotesis menyatakan bahwa variabel sosial ekonomi tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa perbedaan ekonomi antar siswa sangat berpengaruh terhadap penggunaan dan pengelolaan keuangan

DAFTAR RUJUKAN

- Ackadiyah, Siti. (2013). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Motivasi Belajar Siswa Sma Negeri 2 Purworejo. *Jurnal Oikonomia*. 2(4): 316-318.
- Amaliya, Luthfatul dan Khasan Setiaji. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya Dan Kondisi Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*. 6(3): 835-842.
- Andin. (2016). Hubungan Interaksi Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI Di SMA N 6 Yogyakarta. *e-Jurnal Bimbingan dan Konseling*. 3(1): 11-20.
- Anggraeni, Elly dan Khasan Setiaji. (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*. 7(1): 172-180.
- Bahari, Andi Faisal dan Muhammad Ashoer. (2018). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. *Jurnal Manajemen*. 5(1): 69-78.
- Chen, Haiyang dan Ronald P. Volpe . (1998). *An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College Students*. *Financial Services Review*. 7(2): 107- 128.
- Dewi, N., Rusdarti, dan Sunarto.ST. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 29-35.
- Dewi, N., Rusdarti, Sunarto. ST. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri, dan Literasi Keuangan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 29-35.
- Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 9(2): 128-139.
- Fattah, Fuad Abdul, Mintasih Indriayu dan Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*. 4(1): 11-21.

- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Imawati, Indah, Susilaningsih dan Elvia Ivada. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan UNS*. 2(1): 48-58.
- Irnawati, J. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (H. F. Ningrum (ed.)). Media Sains Indonesia
- Mangkunegara, A. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika