

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGEMAR *THRIFTING***



**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**

Disusun oleh:
Muhammad Raihan Saputro
20107010120

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-796/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penggemar Thrifting

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD RAIHAN SAPUTRO
Nomor Induk Mahasiswa : 20107010120
Telah diujikan pada : Rabu, 05 Juni 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Syaiful Fakhri, S.Psi., M.Psi.
SIGNED

Valid ID: 667a4459d0de1



Penguji I
Maya Fitria, S. Psi, M.A
SIGNED

Valid ID: 667a3ed1515ac



Penguji II
Denisa Apriliawati, S.Psi., M. Res.
SIGNED

Valid ID: 667a239b05650



Yogyakarta, 05 Juni 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 667a53ee9f1fa

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama : Muhammad Raihan Saputro
NIM : 20107010120
Prodi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi ini adalah asli hasil karya sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari dalam skripsi saya ini ditemukan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ditindak sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Yang menyatakan



Muhammad Raihan Saputro

NIM. 20107010120

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
FM-UINSK-BM-05-03/R0

NOTA DINAS PEMBIMBING SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Hal :
Lamp :

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Raihan Saputro
NIM : 20107010120
Judul Skripsi : Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penggemar *Thrifting*

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Psikologi.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi / tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr Wb

Yogyakarta, ¹² Mei 2024
Pembimbing,


Syaiful Fakhri, S.Psi., M.Psi.
NIP. 19890607 201903 1 016

MOTTO

Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan, dan untuk memulai hal yang baru mencoba sesuatu yang lain yang memang terkadang kita harus mempertaruhkan apa yang kita punya

(Najwa Shihab)



Orang lain engga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*nya. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun engga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penggemar *Thrifting*”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi pada program studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran yang sangat besar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, tanpa bantuan-Nya, mungkin penulis tidak akan mempunyai kekuatan untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr.Phil. H. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
4. Ibu Lisnawati, M. Psi., selaku kepala prodi S1 psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Muslim Hidayat, M.A., selaku dosen penasihat akademis yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan membimbing dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
6. Bapak Syaiful Fakhri, S. Psi., M. Psi., selaku dosen pembimbing skripsi saya dengan kesabaran hati yang telah memberikan bimbingan, meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan saran kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Saya selaku penulis mengucapkan terimakasih banyak atas segala ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama ini.
7. Ibu Maya Fitria, S. Psi, M.A., selaku dosen penguji satu skripsi dan Ibu Denisa Apriliawati S. Psi. M. Res., selaku dosen penguji dua skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji skripsi ini.

8. Bapak, Ibu dan seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Orangtua penulis yang tercinta, Bapak Aji Agus Handoko dan Ibu Ambar Retnowati yang senantiasa tulus memberikan motivasi, do'a, kasih sayang, keikhlasan dan kesabaran serta pengorbanan dan perhatian yang tak henti-hentinya mengalir untuk penulis juga memberikan dukungan penulis baik materil dan moril dalam memfasilitasi segala kebutuhan perkuliahan sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-sebaiknya. Kepada adikku Khairani Nur Izzati yang telah memberikan dukungan dan semangat serta do'a.
10. Keluarga besar Bapak dan Ibu, Om, Tante yang telah mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Izza Umniatul Arifah, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis. Berkontribusi baik tenaga maupun waktu kepada penulis yang telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat.
12. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
13. Dan seluruh pihak yang membantu dalam penulisan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga semua motivasi, semangat, ilmu yang selalu saya ingat serta do'a yang diberikan mendapatkan imbalan dari Allah SWT sebagai amal dan ibadah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepan. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

Penyusun,



Muhammad Raihan Saputro

20107010120

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGEAR *THRIFTING*

Muhammad Raihan Saputro

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *thrifting*. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif penggemar *thrifting* yang berada di wilayah Yogyakarta yang berjumlah 165 orang. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan skala harga diri dengan aspek *self competence* dan *self liking* sedangkan untuk skala perilaku konsumtif menggunakan aspek impulsif, tidak rasional, dan boros. Teknik analisis statistik yang digunakan adalah korelasi *pearson product moment*. Hasil analisis uji hipotesis menunjukkan adanya korelasi positif yang sangat signifikan antara tingkat harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *thrifting* di Yogyakarta ($r = 0,289$; $p = 0,000$ ($p < 0,05$)). Dengan demikian hipotesis penelitian dapat diterima. Korelasi positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi harga diri seseorang, semakin tinggi perilaku konsumtifnya dan sebaliknya. Artinya, semakin rendah harga diri, semakin rendah perilaku konsumtifnya. Berdasarkan hasil analisis uji beda antar jenis kelamin, diketahui bahwa hasil dari tingkat perbedaan baik pada variabel harga diri antara laki-laki dan perempuan menunjukkan tidak ada perbedaan, terlihat dari hasil signifikansi untuk variabel harga diri sebesar 0.823. Tingkat perbedaan pada variabel perilaku konsumtif antara laki-laki dan perempuan menunjukkan tidak ada perbedaan. Terlihat dari hasil signifikansi untuk variabel perilaku konsumtif sebesar 0,414.

Kata kunci: Harga diri, penggemar *thrifting*, perilaku konsumtif

***THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND CONSUMPTIVE
BEHAVIOR IN THRIFTING ENTHUSIAST UNIVERSITY STUDENTS***

Muhammad Raihan Saputro

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is a relationship between self-esteem and consumptive behavior in thrifting enthusiast university students. The subjects of this study were active university students who are thrifting fans in the Yogyakarta area, totaling 165 people. The sampling technique used is accidental sampling. This research data was obtained using a self-esteem scale with aspects of self competence and self liking while for consumptive behavior scale using aspects of impulsive, irrational, and wasteful. The statistical analysis technique used is Pearson product moment correlation. The results of the hypothesis test analysis showed a highly significant positive correlation between the level of self-esteem and consumptive behavior in thrifting enthusiast students in Yogyakarta ($r = 0.289$; $p = 0.000$ ($p < 0.05$)). The research hypothesis is thus accepted. This positive correlation indicates that the higher a person's self-esteem, the higher their consumptive behavior and vice versa. That is, the lower the self-esteem, the lower the consumptive behavior. Based on the results of the analysis of the difference test between genders, it is known that the results of the level of difference in both self-esteem variables between men and women show no difference, as seen from the significance results for the self-esteem variable of 0.823. The level of difference in the consumptive behavior variable between men and women shows no difference. It can be seen from the significance results for the consumptive behavior variable of 0.414.

Keywords: Self-esteem, thrifting enthusiast, consumptive behavior

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
INTISARI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	11
C. Manfaat Penelitian	11
D. Keaslian Penelitian	13
BAB II	29
DASAR TEORI	29
A. Perilaku Konsumtif	29
1. Definisi Perilaku Konsumtif	29
2. Aspek- aspek Perilaku Konsumtif	30
3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif	31

B. Harga Diri	36
1. Definisi Harga Diri	36
2. Aspek-Aspek Harga Diri.....	37
3. Faktor-Faktor Harga Diri.	38
C. <i>Thrifthing</i>	41
D. Dinamika Hubungan Antara Harga diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penggemar <i>Thrifthing</i>	42
E. Hipotesis	45
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
A. Desain Penelitian	46
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	47
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	47
1. Perilaku Konsumtif.....	47
2. Harga Diri.....	48
D. Populasi dan Sampel.....	48
1. Populasi	48
2. Sampel	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
1. Kuesioner.....	50
2. Instrumen Penelitian	52
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	55
1. Validitas.....	55
2. Reliabilitas	56
G. Teknik Analisis Data.....	57

1. Uji Asumsi.....	57
2. Uji Hipotesis.....	59
BAB IV	60
HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Orientasi Kancan.....	60
B. Persiapan Penelitian	61
1. Persiapan Administrasi	61
2. Persiapan Alat Ukur	61
3. Pelaksanaan Uji Coba Aitem.....	62
C. Pelaksanaan Penelitian.....	66
D. Hasil Penelitian	67
1. Demografi Responden	67
3. Deskripsi Statistik.....	70
4. Uji Asumsi.....	74
5. Uji Hipotesis	76
6. Uji Analisis Tambahan	77
E. Pembahasan.....	78
BAB V	84
KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Literature Review</i>	13
Tabel 2. Skor Pilihan Jawaban Skala Perilaku Konsumtif	51
Tabel 3. Skor Pilihan Jawaban Skala Harga Diri	52
Tabel 4. Blue Print Perilaku Konsumtif	54
Tabel 5. Blue Print Harga Diri.....	55
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif	64
Tabel 7. Uji Validitas Variabel Harga Diri.....	65
Tabel 8. Reliabilitas Perilaku Konsumtif.....	66
Tabel 9. Reliabilitas Perilaku Harga Dir.....	66
Tabel 10. Demografi Responden Berdasar Universitas	67
Tabel 11. Demografi Responden Berdasar Intensitas Pembelian.....	68
Tabel 12. Demografi Responden Berdasar Alasan Pembelian.....	69
Tabel 13. Deskripsi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 14. Deskripsi Subjek Berdasarkan Usia	70
Tabel 15. Deskripsi Data Penelitian Perilaku Konsumtif.....	71
Tabel 16. Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif.....	72
Tabel 17. Deskripsi Data Penelitian Harga Diri	73
Tabel 18. Kategorisasi Skala Harga Diri	74
Tabel 19. Uji Normalitas	74
Tabel 20. Uji Linieritas.....	75
Tabel 21. Uji Hipotesis	76
Tabel 22. Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Dinamika Hubungan Antara Harga diri dengan Perilaku Konsumtif	45
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Validitas isi alat ukur	89
Lampiran 2. Alat Ukur Uji Coba dan Alat Ukur Penelitian	102
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian	114
Lampiran 4. Uji Seleksi Aitem dan Reliabilitas Alat Ukur	119
Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian	123
Lampiran 6. Uji Asumsi	134
Lampiran 7. Uji Hipotesis.....	134
Lampiran 8. Uji Beda Berdasar Jenis Kelamin	136
Lampiran 9. Dokumentasi	137
Lampiran 10. CV	140



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan gaya hidup dan kebiasaan individu terus mengikuti evolusi kebutuhan masyarakat. Selain itu, kemampuan beli masyarakat juga terus meningkat. Data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan September 2021 menunjukkan bahwa sebagian besar pengeluaran masyarakat Indonesia terfokus pada belanja barang, pakaian, dan kegiatan pesta (BPS, 2022). Hal tersebut menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif. Perilaku ini juga umum ditemui di masyarakat industri modern (Aziz, 2022). Masyarakat cenderung terus berupaya mengikuti tren yang sedang berlangsung, terutama dalam bidang *fashion thrift*, guna meningkatkan daya tarik penampilan (Armilu, 2022).

Setiap individu mempunyai cara tersendiri untuk pemenuhan keperluan dan keinginannya dengan memberi dorongan seseorang untuk berperilaku konsumtif, di mana pola hidup yang sebelumnya sederhana menjadi lebih boros. Terutama, perilaku konsumtif ini umum terjadi di kalangan mahasiswa yang cenderung masih remaja (Luckyta, 2019). Faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif remaja adalah lingkungan sekitar, seperti tempat tinggal di kota besar yang notabenenya dengan gaya hidup modern, pengaruh dari teman sebaya, perkembangan sistem informasi yang mempermudah proses pembelian, dan faktor-faktor lainnya (Philiph, 1986).

Sikap konsumtif diartikan sebagai kebiasaan yang dimiliki seseorang dalam melakukan pembelian terhadap sesuatu yang sebenarnya tidak benar-benar ia butuhkan atau kurang bermanfaat. Artinya, pembelian barang dalam konsep konsumtif merupakan barang yang sekadar diinginkannya. Sikap konsumtif dapat terjadi dengan adanya keberadaan kelompok sosial dikarenakan sebagian besar waktu yang remaja habiskan bersama teman sebayanya dibandingkan dengan keluarga umumnya. Menurut Wahyudi, terjadinya peningkatan kondisi sosial ekonomi dalam masyarakat yang diikuti dengan *trend* banjirnya berbagai barang produksi menimbulkan suatu perilaku konsumtif (Hasan & Ahmad, 2020). Menurut Haryani & Herwanto, umumnya seseorang yang berperilaku konsumtif umumnya membiarkan dirinya untuk berbelanja dengan biaya yang lebih tinggi yang didasarkan atas keinginan semata, bukannya pemenuhan kebutuhan hidup (Susilarin, 2021).

Perilaku konsumtif kerap kali terjadi di kalangan remaja dan dewasa awal, terutama di antara pelajar dan mahasiswa, mengenai karakteristik psikologis yang kelompok usia tertentu miliki. Remaja merupakan periode transisi dari masa anak-anak menuju dewasa awal, sedangkan mahasiswa berada pada tahap antara remaja dan dewasa awal yang ditandai dengan perubahan yang hampir matang secara fisik, psikologis, dan sosial. Karena itu, mereka cenderung rentan terhadap pengaruh perkembangan zaman dan tren, yang dapat memengaruhi upaya mereka dalam mencari identitas diri yang terkait dengan harga diri dan berpenampilan (Jasmadi & Azzama, 2017).

Menurut Lestariana, perilaku konsumtif sering kali ditandai dengan gaya hidup mewah dan berlebihan (Marsyah et al., 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Monica et al., 2017), harga diri, yaitu sikap individu terhadap dirinya sendiri dan hubungannya dengan orang lain, merupakan salah satu faktor internal yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa yang cenderung berperilaku konsumtif cenderung memiliki kepercayaan bahwa mereka perlu mendapat pengakuan dari lingkungannya. Dorongan untuk diperhatikan mendorong mereka untuk mengikuti tren. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Jasmadi & Azzama, 2017) yang menyatakan bahwa harga diri yang rendah dapat memicu perilaku konsumtif. Mahasiswa sering kali berkompetisi dalam hal penampilan seperti busana, alas kaki, gaya rambut dan barang mewah lainnya untuk sesuai dengan kelompok dan mendapatkan perhatian dari teman. Dengan harapan meningkatkan citra diri mereka di mata orang lain, mereka cenderung mengadopsi perilaku konsumtif (Wulandari, 2019).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Yuliantari & Herdiyanto, 2015), salah satu strategi untuk meningkatkan harga diri individu adalah dengan melalui pembelian barang-barang yang diyakini dapat meningkatkan harga diri mereka, yang mungkin menjadi pemicu perilaku konsumtif pada remaja.

Tindakan konsumtif seseorang dan beberapa remaja mendapat pengaruh dari beberapa faktor, diantaranya faktor kurangnya penerimaan terhadap kondisi fisik, baik kelebihan atau kekurangan yang ada pada diri (Jasmadi &

Azzama, 2017). Kekhawatiran ini sering kali membuat minder, tertutup, dan malu di lingkungan sosial dan mengakibatkan cenderung melakukan peniruan perilaku konsumtif orang lain untuk menutupi kekurangan, dengan harapan bahwa hal itu akan meningkatkan harga diri mereka (Jasmadi & Azzama, 2017).

Menurut Maslow, harga diri merupakan bagian dari hierarki kebutuhan manusia yang terdiri dari dua komponen utama. Pertama kebutuhan internal individu, termasuk keinginan, kecukupan, pencapaian, kepercayaan diri, kemampuan, dan kekuatan. Kedua kebutuhan eksternal yang melibatkan interaksi dengan orang lain, seperti status, rasa gengsi, popularitas, pengakuan, perhatian, martabat, dan dominasi (Sasmita et al., 2019).

Harga diri memainkan peran penting dalam menentukan kesuksesan interaksi individu, terutama remaja, dengan lingkungannya. Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya harga diri seseorang dapat mengakibatkan berbagai masalah, khususnya dalam interaksi sosial (Hijrianti & Fitriani, 2020). Individu dengan harga diri rendah cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka. Sebaliknya, mereka yang memiliki harga diri yang tinggi lebih mampu beradaptasi dan berhasil dalam interaksi sosial serta mencapai kesuksesan dalam kehidupan (Nugroho & Fauziah, 2020). Mahasiswa yang memiliki harga diri rendah cenderung mencari pengakuan dan perhatian, salah satunya melalui pembelian dan penggunaan produk fashion, terutama thrift, untuk meningkatkan daya tarik penampilan mereka.

Menurut Branden (2006), harga diri ialah suatu nilai pada diri yang di berikan kepada dirinya sendiri, dengan didasarkan pada peristiwa-peristiwa yang telah dialami. Jika penilaian tersebut tidak mendapat penerimaan dari orang lain, seseorang cenderung memiliki harga diri rendah, dan sebaliknya. Aspek penampilan mendukung individu agar menarik dalam pandangan orang lain. Sehingga sudah menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi dengan tampil menarik, terutama bagi mahasiswa, agar lebih diterima oleh lingkungan. Hal tersebut sebagai salah satu alasan mahasiswa memiliki kecenderungan terhadap perilaku konsumtif, terutama dalam hal pembelian produk fashion, tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya terlebih dahulu.

Beberapa temuan sebelumnya, seperti yang diterapkan (Nugroho & Fauziah, 2020), menjelaskan remaja dengan harga diri yang rendah bisa memakai produk fashion bermerek sebagai peningkatan harga diri, sementara menurut (Jasmadi & Azzama, 2017), remaja cenderung ikut kepada kelompok sebayanya agar mendapatkan penerimaan dari orang lain, yang ditandai melalui peningkatan tindakan konsumtif guna peningkatan harga diri. Demikian juga pendapat (Fitriyah, 2016), remaja juga cenderung menerapkan tindakan konsumtif untuk meningkatkan harga diri.

Perkembangan *trend fashion* yang cepat membuat mahasiswa untuk mengadopsi perilaku konsumtif guna mengikuti tren mode terkini. Dalam konteks ini, lebih fokus pada produk perilaku konsumtif fashion. Pembelian produk fashion didasarkan pada ambisi untuk meningkatkan status, kelas sosial, gaya pribadi, serta penilaian terhadap harga diri. Faktor-faktor pendukung yang

memengaruhi perilaku konsumtif ini termasuk dorongan untuk mencapai kepuasan pribadi, pengaruh lingkungan, pengaruh iklan, serta penawaran diskon.

Sebagian besar mahasiswa memiliki keinginan untuk tampil menarik, termasuk make up wajah, memberi perawatan tubuh, memilih pakaian, dan menjalani interaksi sosial dengan gaya tertentu (Rahayu, 2016). Oleh karena itu, banyak dari mahasiswa menggunakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Tak jarang untuk memenuhi keinginan trend fashion dari *brand* terkenal mereka rela untuk berburu pakaian bekas dengan untuk mendapatkan harga yang yang lebih murah. Depokpos.com pada 14 juli 2022 mencatat bahwa aktivitas *trend thrifting* sekarang berkembang dikalangan mahasiswa (Depokpos.Com, 2022).

Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) nasional tahun 2017 hingga 2022, terlihat bahwa industri *thrifting* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Berdasarkan data impor pakaian bekas, terjadi peningkatan jumlah impor secara signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, berat impor pakaian bekas mencapai 3.533.827 kg. meskipun mengalami sedikit penurunan pada tahun 2018 sebesar 127.106 kg dari tahun sebelumnya namun, pada tahun 2019 terdapat peningkatan kembali dengan jumlah berat impor mencapai 4.288.506 kg. Pertumbuhan yang lebih signifikan terjadi pada tahun 2020, di mana berat impor pakaian bekas mencapai 6.560.424 kg. Bahkan, pada Agustus 2021 terjadi lonjakan impor hingga mencapai 13.495.604 kg, meningkat dua kali lipat

dari tahun sebelumnya. Peningkatan ini terus berlanjut hingga tahun 2022, dengan mencapai 23.786.384 kg (BPS, 2022).

Berdasarkan data yang telah disampaikan sebelumnya, kesimpulannya adalah adanya peningkatan jumlah impor pakaian bekas selama enam tahun terakhir. Sehingga maraknya toko *thrift* yang mudah ditemukan dan tren berbelanja yang lebih terjangkau, seperti *thrifting*, telah menjadi populer di kalangan mahasiswa. Fenomena ini memengaruhi keinginan mahasiswa untuk mendapatkan barang berkualitas dan bermerek dengan harga yang terjangkau. Namun, seringkali, sebab dalam membeli barang itu tidak didasari kebutuhan, namun didorong oleh keinginan dan hasrat untuk sampai pada kepuasan, sensasi, dan sebagai cara untuk mengatasi stres (Minanda Ade, Roslan Suharty, 2018).

Thrifting adalah aktivitas berbelanja barang bekas dengan harga lebih terjangkau daripada harga aslinya, dan seringkali barang-barang ini memiliki model yang unik. Aktivitas *thrifting* mencakup pencarian dan pembelian barang bekas, seperti pakaian, yang memenuhi keinginan individu dan memiliki harga yang terjangkau (Hayati & Susilawati, 2021). Hal ini membantu mahasiswa menghemat uang saat memenuhi gaya hidup mereka.

Seperti yang dijelaskan oleh Hayati & Susilawati (2021), *thrifting* adalah sebuah aktivitas membeli barang bekas di tempat tertentu. Aktivitas *thrifting* ini membantu mahasiswa menghemat biaya namun dapat memenuhi

gaya hidup. Sebagian mahasiswa membeli barang berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan (Minanda Ade, Roslan Suharty, 2018).

Thrifting sebagai gaya hidup memberikan keuntungan karena dengan anggaran yang minimal, seseorang dapat tampil sesuai minatnya, bahkan jika itu tidak sejalan dengan kelas ekonominya. Hal ini karena pakaian-pakaian *thrift* sering berasal dari *brand-brand* ternama dengan model *vintage*, yang membuat *thrifting* populer di kalangan berbagai lapisan masyarakat, termasuk kalangan menengah ke bawah (Virgina, 2022). Kegiatan *thrifting* tidak hanya membantu menghemat biaya, tetapi juga memberikan kebanggaan tersendiri ketika menggunakan barang bermerek yang biasa digunakan oleh kaum menengah ke atas. Melalui *thrifting*, masyarakat dengan keterbatasan anggaran dapat tampil trendi dengan pakaian bermerek dan meningkatkan rasa percaya diri.

Meskipun perilaku konsumtif dapat memberikan kepuasan tersendiri dalam menggunakan barang bermerek, namun perilaku ini tidak selalu sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran agama Islam, yang menganjurkan untuk tidak berlebih-lebihan dan boros. Secara psikologis, perilaku konsumtif cenderung memenuhi keinginan pribadi untuk mencapai kepuasan, tetapi juga dapat menimbulkan ketidaknyamanan saat berhadapan dengan masalah ekonomi, seperti kesulitan menabung dan perilaku konsumtif yang kompulsif (Luckyta, 2019).

Mahasiswa yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif meyakini bahwa mereka perlu mendapat pengakuan dari lingkungan sekitarnya.

Dorongan untuk mendapatkan pengakuan ini mendorong mereka untuk mengikuti tren yang sedang berlangsung. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif sering kali muncul akibat rendahnya harga diri (Jasmadi & Azzama, 2017). Gaya hidup yang boros dapat berdampak negatif pada pelaku perilaku konsumtif individu. Mereka yang terbiasa hidup boros cenderung membeli barang-barang yang diinginkan tanpa mempertimbangkan harga atau kebutuhan barang tersebut. Akibatnya, individu dengan sumber daya keuangan yang terbatas akan kesulitan memenuhi keinginan tersebut. Mahasiswa sering kali terlibat dalam penampilan seperti, dalam pemilihan pakaian, sepatu, gaya rambut, dan barang mewah lainnya, demi mendapat perhatian dari teman-teman mereka. Hal ini mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif sebagai upaya untuk meningkatkan harga diri (Wulandari, 2019). Menurut (Yuliantari & Herdiyanto, 2015) salah satu cara untuk meningkatkan harga diri adalah dengan membeli barang-barang yang dianggap dapat meningkatkan nilai diri seseorang. Dorongan ini juga dapat mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif.

Mahasiswa di Indonesia banyak yang terjebak dalam pinjaman online atau "pinjol". Pada September 2023, dilaporkan bahwa 58 mahasiswa dari berbagai universitas terperangkap dalam pinjaman online dengan jumlah mulai dari beberapa juta hingga puluhan juta rupiah (Ma'ruf, 2023). Pada Desember 2023, dilaporkan bahwa 126 mahasiswa dari Institut Pertanian Bogor (IPB) terperangkap dalam pinjaman online ilegal dengan total mencapai Rp 650,19 juta (Ma'ruf, 2023). Berdasarkan penelitian (Arvante, 2022), tingkat konsumtif

dalam perilaku masyarakat digital semakin meningkat, sementara regulasi yang mengawasi dan menegakkan hukum terhadap perusahaan yang melakukan praktik curang masih lemah.

Setiap orang memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi agar merasa tentram dalam menjalani hidupnya. Namun, terkadang pemenuhan kebutuhan tersebut tidak cukup untuk memberikan kepuasan. Hal ini karena kebutuhan hidup terus berkembang seiring waktu, sehingga kesejahteraan individu tidak hanya diukur dari kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga dari dorongan untuk mengejar gaya hidup yang menekankan pada kepuasan lebih dari itu (Darmawan, 2020). Individu yang mengalami hal ini cenderung lebih rentan terhadap perilaku konsumtif karena mereka terfokus pada pemenuhan keinginan pribadi tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang (Wahab *et al.*, 2017). Situasi ini sering dialami oleh mahasiswa yang, meskipun belum stabil secara finansial, tetap merasa tertarik untuk bersikap konsumtif.

Mahasiswa sering tergiur dengan pinjaman online karena syaratnya yang mudah. Namun, ini telah mengakibatkan banyak masalah dengan munculnya penggunaan jasa pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan primer. Permasalahan muncul ketika mereka tidak mampu membayar tagihan dari penyelenggara pinjaman online tersebut. Pinjaman online seperti ini membawa risiko, karena data yang diserahkan oleh mahasiswa dapat disalahgunakan, suku bunga cenderung tinggi, dan ada potensi pencemaran nama baik. Ironisnya, kenyamanan yang ditawarkan oleh pinjaman ini justru

mendorong perilaku konsumtif karena mahasiswa dapat dengan mudah membeli barang tanpa mempertimbangkan bahwa dana yang mereka gunakan sebenarnya adalah pinjaman, bukan dari sumber keuangan pribadi mereka. Akibatnya, hal ini dapat berdampak serius pada mahasiswa, seperti menyebabkan depresi atau kecemasan karena mereka tidak memiliki dana yang cukup untuk memenuhi keinginan mereka (Bøe *et al.*, 2012).

Perilaku konsumtif telah menjadi gaya hidup umum di kalangan mahasiswa. Dengan adanya keyakinan bahwa berpenampilan menarik dapat meningkatkan harga diri, oleh karena itu mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Maka, dengan fenomena tersebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "Hubungan Antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Penggemar *Thrift*ing."

B. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *thrift*ing.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini agar bisa memberikan manfaat, terutama dalam hal berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini agar bisa memberikan masukan dan kajian ilmiah pada bidang psikologi, khususnya dalam psikologi perkembangan dan sosial yang terkait pada perilaku konsumtif dan harga diri mahasiswa.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis ini ialah:

a. Bagi Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan kepada mahasiswa akan perlunya pengendalian perilaku konsumtif pada barang *thrift* dengan memberikan skala prioritas sesuai kebutuhan mahasiswa.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik dengan tema perilaku konsumtif maupun harga diri, sehingga dapat dikaji lebih mendalam dengan menggunakan variabel-variabel lainnya.

D. Keaslian Penelitian

Tabel 1. Literature Review

No.	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Grand Theory	Metode Penelitian	Alat Ukur	Subjek Dan Lokasi Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ulil Amriatul, Amanda Pasca Rini, & Eko April Ariyanto	Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Bekas Bermerek Eksklusif Pada Remaja Akhir	2021	Sikap konsumtif dapat terjadi dengan adanya keberadaan kelompok sosial dikarenakan sebagian besar waktu yang remaja habiskan bersama teman sebayanya dibandingkan dengan keluarga umumnya (Glock, 1984)	Kuantitatif	Skala <i>likert</i> dalam pengukuran variabel konformitas dengan perilaku konsumtif	Remaja akhir dengan usia yang dimulai dari 18 hingga 21 tahun. Domisili remaja tersebut termasuk dalam wilayah Surabaya Raya.	Konformitas yang terbentuk melalui pergaulan antar remaja yang intens berpengaruh positif signifikan terhadap sikap konsumtif remaja akhir dalam melakukan pembelian pakaian bekas bermerek eksklusif
2.	Rizka Musritha	Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif	2021	Terjadinya peningkatan kondisi sosial ekonomi dalam masyarakat yang diikuti dengan	Kuantitatif	Skala yakni Skala Kohesivitas Kelompok serta Skala Komitmen	Mahasiswa yang tinggal di Kota Solok tanpa adanya kriteria lain selain	Hasil positif signifikan terbentuk dalam kaitan kedua variabel pada mahasiswa yang berdomisili di Kota Solok

		Dalam Membeli Produk Pakaian Pada Mahasiswa Di Kota Solok		trend banjirnya berbagai barang produksi menimbulkan suatu perilaku konsumtif (Wahyudi, 2013).	terhadap Organisasi.	domisili tersebut.	dengan nilai yang positif serta signifikan.	
3.	Udi Rosida Hijrianti & Andi Muthiah Fitriani	Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Kohesivitas Kelompok	2020	Jasmadi dan Azzama (2017) menyebutkan bahwa harga diri dan perilaku konsumtif memiliki korelasi yang negatif pada subjek remaja di Banda Aceh. Artinya, melalui korelasi negatif tersebut diketahui bahwa jika remaja dengan harga diri yang rendah, maka remaja akan memiliki keinginan yang tinggi untuk melakukan	Metode kuantitatif korelasional	Skala <i>likert</i> yang digunakan dalam try out dengan terdiri atas 3 variabel, yaitu konformitas, harga diri dan perilaku konsumtif	Mahasiswa yang menempuh Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang dengan status perkuliahan yang aktif di mana keseluruhannya merupakan Angkatan mulai tahun 2015 sampai dengan 2018 dari kesepuluh fakultas.	Dalam konteks tertentu, variabel harga diri akan memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap perilaku konsumtif jika diiringi oleh adanya konformitas. Dengan demikian, tanpa adanya konformitas, variabel harga diri tidak akan memiliki pengaruh yang kuat terhadap pola perilaku konsumtif mahasiswa UMM.

				perilaku konsumtif				
4.	Jessica Venessa Margareth Sianturi, Winida Marpaung & Yulinda Manurung	Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Harga Diri Siswa-Siswi SMA Negeri 4 Medan	2019	Menurut Lerner dan Spanier (dalam Ghufroon & Risnawita, 2016), harga diri dapat diartikan sebagai evaluasi yang meliputi penilaian positif atau negatif yang terkait dengan persepsi individu terhadap konsep dirinya sendiri.	Kuantitatif	Skala <i>likert</i> yang tersusun atas berbagai pertanyaan yang berhubungan dengan dua variabel, yaitu harga diri dan perilaku konsumtif.	Murid yang berskeolah di SMA Negeri 4 Medan dengan tahun ajaran 2018/2019 dan termasuk dalam kelas X, XI dan XII.	Hubungan yang terbentuk dari variabel-variabel tersebut, yakni harga diri dan perilaku konsumtif ialah negatif.
5.	Stefanny Stefanny, Rita Markus Idulfilastri, Meike Kurniawati	The Correlation between Self-esteem with Consumptive Behavior in Early Adult Women Who Shop for Cosmetics Online	2022	Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2000) memaparkan bahwa faktor internal yang membentuk perilaku konsumtif dalam diri seseorang terdiri atas harga diri, konsep diri,	Kuantitatif	Skala <i>likert</i>	Perempuan yang berusia 18 tahun hingga 40 tahun dengan kriteria khusus pernah berbelanja kosmetik secara online.	Hubungan dari variabel harga diri dengan perilaku konsumtif ialah negatif.

				motivasi, observasi, kepribadian, dan proses belajar.				
6.	Yarian Alamanda	Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	2018	Seseorang yang berperilaku konsumtif umumnya membiarkan dirinya untuk berbelanja dengan biaya yang lebih tinggi yang didasarkan atas keinginan semata, bukannya pemenuhan kebutuhan hidup (Haryani, 2015).	Kuantitatif	Skala perilaku konsumtif, harga diri, dan gaya hidup	Mahasiswa yang belajar di Universitas Mulawarman dan termasuk dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta merupakan Angkatan dari tahun 2011 hingga 2017.	Harga diri berkorelasi negatif dengan perilaku konsumtif mahasiswa, sementara gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa saling berhubungan secara positif, sementara harga diri dan gaya hidup juga berkontribusi secara positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
7.	Nuri & Hedi Wahyudi	Hubungan Self Esteem dengan Impulsive Buying pada Mahasiswi	2020	Rosenberg (1965) menyatakan bahwa self esteem yang dalam sudut pandanganya ialah <i>self esteem</i> secara	Kuantitatif	Skala <i>likert</i>	Mahasiswa dengan gender laki-laki atau pun perempuan yang harus	Self Esteem dengan Impulsive Buying mempunyai keterkaitan yang begitu tinggi di mana mahasiswa UNISBA dengan <i>self esteem</i>

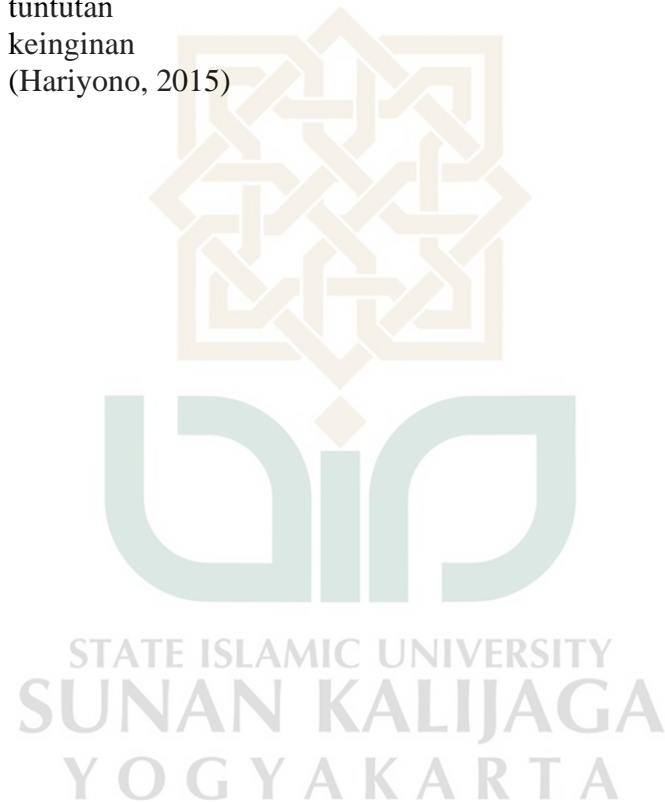
		Universitas Islam Bandung		global yang diartikan sebagai bagaimana individu menilai dirinya sendiri secara keseluruhan			belajar di UNISBA.	umumnya juga akan berperilaku <i>impulsive buying</i>
8.	Nur Rahmadhani & Resekiani Mas Bakar	Pengaruh Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik	2023	Menurut Putri dkk (2022) permasalahan terkait dengan gangguan mental, tak terkecuali dengan dan permasalahan dalam proses belajar dapat disebabkan oleh rendahnya self-esteem yang dimiliki pelajar atau mahasiswa	Kuantitatif	Skala <i>likert</i>	Responden dipilih secara acak melalui penyebaran angket di media sosial	Korelasi negatif terbentuk di antara kedua variabel.
9.	Nafeesa Eryanti & Novita	Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada	2021	Menurut Coopersmith (dalam Susanto, 2018) harga diri ialah penilaian terhadap diri	Kuantitatif	Skala konsep diri dan skala <i>impulsive buying</i>	Remaja yang berdomisili di Medan dengan rentang usia antara 13-20	Hubungan yang terbuat antara variabel harga diri dengan perilaku <i>impulsive buying</i> adalah negatif.

		Remaja Penggemar K-Pop		sendiri karena suatu kebiasaan, penerimaan dan penolakan dari diri sendiri, dan merupakan kepercayaan diri terhadap kemampuan, termasuk pula sesuatu yang berharga dalam diri sendiri, juga kebahagiaan serta kesuksesan.			tahun. Kriteria khususnya ialah secara spontan pernah melakukan pembelian pada barang korea yang di sukai dan didasarkan pada harga barang yang sering dibeli olehnya.	
10.	Ika Isti Sofiana & Endang Sri Indrawati	HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MEMBELI KOSMETIK PADA MAHASISWI JURUSAN MANAJEME	2020	Menurut Santrock (2007), salah satu cara untuk meningkatkan harga diri dalam konteks individu yang memiliki harga diri rendah ialah dengan mengubah diri menjadi seorang	Kuantitatif	Skala <i>likert</i>	Mahasiswi yang memenuhi usia minimal 18 tahun dan usia maksimal 20 tahun sekaligus mengambil Jurusan	Hubungan yang terbentuk antara variabel harga diri dengan perilaku konsumtif dalam diri mahasiswi yang melakukan pembelian kosmetik ialah negatif.

		N FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNIVERSITA S X SEMARANG		yang menarik dan lebih terkenal		Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis dan menempuh Pendidikan di Universitas X Semarang. Mahasiswi tersebut juga harus termasuk mahasiswi aktif angkatan 2017	
11.	Ida Marsyah, Rena Madina, Idriani Idris, Nur Idil Fitri Idris, & Ilham Khairi Siregar.	Harga Diri dan Hubungannya dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa	2023	Harga diri, menurut Santrock (Zuhdi, 2019), adalah dimensi yang bersifat evaluatif. Secara menyeluruh, harga diri merupakan penilaian seseorang	Kuantitatif Tes angket	Sampelnya semua mahasiswa angkatan 2020 Jurusan Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas	Terdapat hubungan positif antara harga diri dan perilaku konsumtif. Harga diri yang positif cenderung berkorelasi dengan perilaku konsumtif yang tinggi, sedangkan harga diri yang negatif cenderung berkorelasi dengan perilaku konsumtif yang rendah.

					terhadap dirinya sendiri, yang memungkinkannya untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang dirinya dan kemudian membandingkannya dengan kriteria ideal yang dimilikinya.			Negeri Gorontalo dengan total 99 mahasiswa. Pengambilan sampel ini dilakukan di Jurusan Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo	
12.	Rika Sari	Aulia	Pengaruh Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal	2019	Perilaku konsumtif memiliki kecenderungan harus mengeluarkan biaya yang tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata saja akan tetapi	Kuantitatif	Skala yakni, skala gaya hidup <i>brand minded</i> , kontrol diri dan perilaku konsumtif	Subjek penelitiannya adalah 40 orang dewasa awal yang dilaksanakan di Samarinda	Ditemukan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup yang memperhatikan merek dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. Selain itu, terdapat hubungan positif antara gaya hidup yang memperhatikan merek dan perilaku

lebih mengarah
pada pemenuhan
tuntutan
keinginan
(Hariyono, 2015)



konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. Dengan demikian, semakin tinggi gaya hidup yang memperhatikan merek, semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda, dan sebaliknya, semakin rendah gaya hidup yang memperhatikan merek, semakin rendah pula perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. Di sisi lain, ditemukan juga adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif dewasa awal di Samarinda, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat kontrol diri, semakin tinggi perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda.

13.	Firli Andri Fidaiyu, Wiwik Sulistiani, & Dewi Mahastuti	Hubungan antara Kontrol Diri dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah Surabaya	2019	Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menentukan layanan produk (Schiffman dan Kanuk, 2000)	Kuantitatif	Skala <i>likert</i>	Sampel berjumlah 89 mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah Surabaya. Lokasi penelitian yaitu yang berdomisili dalam lingkup Universitas Hang Tuah Surabaya.	Dalam penelitian terdapat temuan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah Surabaya. Arah hubungan yang ditemukan adalah negatif, yang berarti semakin tinggi tingkat kontrol diri dan harga diri yang dimiliki oleh mahasiswi, semakin rendah perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mereka. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kontrol diri dan harga diri yang dimiliki oleh mahasiswi, semakin tinggi perilaku konsumtif yang mereka tunjukkan.
14.	Rahel Monica S. Simangunsong, Karina Meriem	Pengaruh Harga Diri dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap	2021	Hal yang disorot dari temuan tersebut adalah bahwa mahasiswa cenderung lebih	Kuantitatif	Skala <i>likert</i>	Subjek penelitian dengan jumlah 272 mahasiswa	Dari penelitian tersebut, ditemukan bahwa mahasiswa generasi Z cenderung memiliki harga diri yang tinggi dan lebih

	Beru Brahmana, & Nenny Ika Putri Simarmata	Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Generasi Z		memprioritaskan pengeluaran untuk barang-barang bermerek yang sesuai dengan tren terkini dan memperoleh pengakuan dari teman-teman mereka, daripada mengalokasikan dana untuk kebutuhan penting di kampus seperti buku-buku pendukung dalam proses perkuliahan (Gumulya & Widiastuti, 2013)		aktif dari perguruan tinggi negeri dan swasta yang berada di Kota Medan. Lokasi Penelitian di Kota Medan.	sering berada dalam kelompok teman sebaya. Namun, tidak ada bukti yang menunjukkan adanya pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif, serta tidak ada pengaruh dari harga diri dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa generasi Z.
15.	Lee Kar Wai, Syuhaily Usman	The Influence of Self-Esteem in the Relationship of Social Media Usage and Conspicuous Consumption.	2019	Harga diri secara langsung berhubungan dengan perilaku manusia. Pada kenyataannya, salah satu dorongan	Kuantitatif Skala <i>Likert</i>	Responden terdiri dari 41,9% laki- laki dan 58,1% perempuan dengan distribusi usia	Penggunaan media sosial dapat menyebabkan konsumsi yang mencolok, selain itu, karakteristik pengguna terkait harga diri juga dapat memberikan pengaruh pula.

		(Pengaruh Harga Diri dalam Hubungan Penggunaan Media Sosial dan Konsumtif Mencolok)		motivasi yang paling penting dalam keputusan dan perilaku konsumen diklaim sebagai harga diri (Singh, 2015)		39,1% berusia kurang dari 25 tahun, 23,5% berusia antara 26 dan 30 tahun, dan 37,4% berusia lebih dari 30 tahun. Pengumpulan data ini dilakukan di tiga pusat perbelanjaan terpilih yaitu (Suria KLCC, Pavillion KL, dan Gardens).
16.	Chungdae-ro, Seowon-gu, Cheongju	Does Self-Esteem Matter? A Framework Depicting Role Of Self-Esteem Between Dispositional	2020	Menurut (Dittmar dan Dury, 2000), dorongan tiba-tiba untuk membeli sesuatu yang berasal dari pikiran seperti ketidaksesuaian,	Kuantitatif Skala <i>Likert</i>	Sebanyak 344 partisipan dari berbagai universitas dan institusi pendidikan di India yang <i>Mindfullnes</i> dapat menjadi kunci utama meningkatkan harga diri, memecahkan masalah dasar manusia untuk berkembang dalam hidup tanpa terlibat dalam perilaku pembelian yang

		Mindfulness and Impulsive Buying. (Apakah harga diri itu penting? Sebuah Kerangka yang Menggambarkan Peran Harga Diri antara Perhatian Disposisional dan Pembelian Impulsif)			atau dorongan kuat untuk memperkuat citra diri dimana merupakan hasil dari kebutuhan untuk meningkatkan harga diri.			dilakukan di India.	tidak disadari dan tidak direncanakan.
17.	Rysnawaty Wijaya, Meike Kurniawati, dan Ninawati	Peran Self-Esteem Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Konformitas Sebagai Mediator Pada Dewasa Awal Pengguna E-Commerce	2022	Menurut Fennel (2021), orang dengan harga diri rendah memiliki persepsi negatif terhadap dirinya sehingga dapat menimbulkan banyak masalah bagi dirinya.	Kuantitatif	Skala <i>Likert</i>	Subjek berjumlah 235 partisipan dan tempat penelitiannya berada di jabodetabek	Hasilnya menunjukkan bahwa harga diri berperan penting dalam perilaku konsumsi dan adaptasi pada masa dewasa awal di masa pandemi COVID-19, dengan 47,7% perilaku konsumsi terjadi pada masa dewasa awal. Implikasi dari penelitian ini ditujukan kepada pengguna <i>e-commerce</i> dewasa awal agar lebih pintar dalam	

memilih produk yang ingin
dibeli. Penting juga untuk
mempertimbangkan
penerimaan dan
pengendalian diri untuk
bergaul dengan orang lain.



1. Keaslian topik

Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, yakni dalam topik penelitian yang sama-sama membahas hubungan perilaku konsumtif dengan harga diri. Sedangkan perbedaannya adalah pada perilaku konsumtif dan harga diri pada mahasiswa penggemar *thrifting*.

2. Keaslian Teori

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori perilaku konsumtif menurut Engel, F. J., Blackwell, R.D. & Miniard (1994) terkait aspek-aspek perilaku konsumtif. Adapun teori harga diri mengacu pada konsep harga diri menurut Rosenberg, bahwa harga diri (*self-esteem*) adalah sebuah penilaian positif maupun negatif terhadap diri sendiri (*self*) (Santoso et al., 2020).

3. Keaslian Alat Ukur

Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan adalah dengan dua alat ukur, yakni skala perilaku konsumtif dan skala harga diri. Alat ukur pada perilaku konsumtif menggunakan alat ukur yang telah disusun oleh Rysnawati Wijaya, Meike Kurniawati, dan Ninawati (2022) berdasarkan pada teori Engel. Sedangkan alat ukur harga diri menggunakan alat ukur yang telah disusun oleh Rysnawati Wijaya, Meike Kurniawati, dan Ninawati (2022).

4. Keaslian Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek yang digunakan adalah mahasiswa penggemar *thrifting* yang berdomisili di Yogyakarta.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang penggemar *thrifting*. Mahasiswa dengan harga diri tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi, sementara mahasiswa dengan harga diri rendah menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih rendah. Selain itu, analisis perbedaan jenis kelamin menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam variabel harga diri dan perilaku konsumtif antara mahasiswa laki-laki dan perempuan.

B. Saran

1. Bagi Partisipan

Para mahasiswa sebaiknya lebih mempertimbangkan dengan baik mengenai apapun yang akan dibeli, baik dalam membeli *thrifting* maupun yang lain, serta perlunya melihat urgensi dan batasan pembelian yang tidak hanya mengikuti gengsi atau *trend* semata sehingga dapat mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan responden dengan melibatkan kota-kota lain guna mendapatkan hasil yang lebih representatif. Selain itu, dapat dilakukan kajian lebih

mendalam dengan menambahkan variabel-variabel lain yang belum diteliti sebelumnya. Peneliti berikutnya diharapkan dapat memperluas penelitian mengenai thrifting dengan melibatkan responden yang lebih beragam serta variabel yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Sikap Hidup Hemat Remaja. *Psikoborneo*, 6(2), 273–279.
- Alvianti, V. P., & Dwityanto, A. (2022). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Melalui Media Online Pada Remaja Di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armilu, Y. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa di Kecamatan Syiah Kuala)*. UIN Ar-Raniry.
- Arvante, J. Z. Y. (2022). Dampak Permasalahan Pinjaman Online dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pinjaman Online. *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal*, 2(1), 73-87. <https://doi.org/10.15294/ipmhi.v2i1.53736>
- Aulia Sari, R. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal*. 7(1), 37–46.
- Aziz, A. R. A. (2022). Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia Dalam Perspektif Herbert Marcuse. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, Dan Masyarakat*, 5(2), 1–18. <https://doi.org/10.53977/sd.v5i2.725>
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bappeda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (n.d.). Jumlah peserta didik. Retrieved from https://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/482-jumlah-peserta-didik
- Biolcati, R. (2017). The role of self-esteem and fear of negative evaluation in compulsive buying. *Frontiers in Psychiatry*, 8, 74.
- BPS. (2022). *Data Impor Pakaian Bekas Indonesia*. Diakses pada tanggal 30 September 2023. Sarnita Sadya
- Branden, N. (2006). *Kiat Jitu Meningkatkan Harga Diri (alih bahasa oleh tim redaksi Mitra Utama)*. Jakarta: Delapratasa.
- Bøe, T., M. Hysing, K.J. Lønning, & B. Sivertsen. (2012). Financial Difficulties and Student Health: results from a National Cross-Sectional Survey of Norwegian college and university students. *Mental Health Prevent*, 21, 200196.
- Chungdaero, Seowongu, & Cheongju. (2020). Does Self- Esteem Matter? A Framework Decipting Role of Self- Esteem. *Journal of Retailing and Consumer Service*.Coopersmith. (2007). *The Antencendents of Self-Esteem* (Consulting).

- Cresswell, J. W. (2013). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. cetakan ke-3. Terjemahan Achmad Fawaid*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan, D. (2020). Profesionalisme, Motivasi Berprestasi, Komitmen Organisasi dan Pengaruhnya terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi, dan Keuangan*, 3 (3), 344-364.
- Daryanti, S. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. Universitas Jambi.
- depokpos.com. (2022). Diakses pada tanggal 30 September 2023. Dimas Aditya
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Dhendra, T. K. (2020). Does self-esteem matter? A framework depicting role of self-esteem between dispositional mindfulness and impulsive buying. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102135. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102135>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2000). *Marketing Management Consumer Behavior Analysis*. Yogyakarta: BPFE.
- Engel, F. J., Blackwell, R.D. & Miniard, P. W. (1994). *Consumen Behavior Jilid I*. The Dryden Press.
- Fadila, N. N., Alifah, R., Faristiana, A. R., Puspita Jaya, J., & Timur, J. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278–291.
- Fidaiyu, F. A., Sulistiani, W., & Mahastuti, D. (2019). Hubungan antara Kontrol Diri dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah Surabaya . *Prosiding Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XII)*, 32–39.
- Fitriyah, K. (2016). *Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Malang*. 1–17.
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena Thrifting sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i1.6308>
- Ghufron & Risnawita S. (2012). *Teori-teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar- Ruzz Media.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–11.

- Hasan, M., & Ahmad, M. I. S. (2020). *Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 1(1), 96–101.
- Hayati, M., & Susilawati, N. (2021). Thrifting sebagai presentasi diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 4(3), 359–370.
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1), 48–59. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>
- Jasmadi, J., & Azzama, A. (2017). Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Banda Aceh. *Psikoislamedia : Jurnal Psikologi*, 1(2), 325–334. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i2.919>
- Kass, J. D., Friedman, R., Leserman, J., Caudill, M., Zuttermeister, P. C., & Benson, H. (1991). An inventory of positive psychological attitudes with potential relevance to health outcomes: Validation and preliminary testing. *Behavioral Medicine*, 17(3), 121–129.
- Kholila. (2008). Perilaku Konsumtif pada Masyarakat Pengunjung Pasar Kaget di Wisata Belanja Tugu Gajayana Malang. *Skripsi Fakultas Psikologi UIN Malang*
- Luckyta, V. H. (2019). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Di Toko Online Pada Mahasiswi Perbankan Syaiah UIN Maulana Malik Ibrahim. 1–90.
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Madina, I. R., Idris, I., Idis, N. F., & Siregar, I. K. (2023). Harga Diri dan Hubungannya dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Student Journal of Guidance and Counseling*.
- Marsyah, I., Madina, R., & Idris, I. (2023). Harga Diri dan Hubungannya dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Student Journal of Guidance and Counseling*, 2(2), 111–118. <https://doi.org/10.37411/sjgc.v2i2.2038>
- Ma'ruf. (2023). Mahasiswa Banyak Terjerat Pinjol, Bukti Literasi Keuangan di Kampus Kurang. <https://rejogja.republika.co.id/berita/s0v52t399/mahasiswa-banyak-terjerat-pinjol-bukti-literasi-keuangan-di-kampus-kurang>
- Maslow, A. (1993). *Motivasi dan Kepribadian, alih bahasa: Nurul Iman*. Bandung: Rosyda Karya.
- McLeod, J. D., & Owens, T. J. (2004). Psychological well-being in the early life course: Variations by socioeconomic status, gender, and race/ethnicity. *Journal Social Psychology Quarterly*.

<https://doi.org/10.1177/019027250406700303>

- Minanda Ade, Roslan Suharty, A. D. (2018). Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Neo Societal*, Vol. 3; No, 433–440.
- Monica, E., Dharmmesta, B. S., & Syahlani, S. P. (2017). Correlation Analysis Between the Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty of Viva Generik Pharmacy in Semarang. *Journal of Pharmaceutical Sciences and Community*, 14(2), 86–92. <https://doi.org/10.24071/jpsc.142569>
- Nafeesa & Eryanti, N. (2021). *Hubungan antara harga diri dengan perilaku impulsive buying pada remaja penggemar k-pop*. 21(2), 79–86. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Nisa, C. L., & Arief, S. (2019). The impact of self-control, self-esteem and peer environment on online shopping consumptive behavior. *Journal of Advances in Information Systems and Technology*, 1(1), 13–20. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jaist>
- Nugroho, A. I., & Fauziah, N. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Bermerek Pada Siswa Sman 3 Semarang. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 809–812. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21717>
- Nur Rahmadhani, & Resekiani Mas Bakar. (2023). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 554–562. <https://doi.org/10.56799/peshum.v2i4.1803>
- Nuri, & Hedi Wahyudi. (2018). Hubungan Self Esteem Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Universitas Islam Bandung. *Hubungan Self Esteem Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Universitas Islam Bandung*, 119–123.
- Philiph, K. (1986). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*.
- Rahayu, S. (2016). *Psikologi perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Gajah Mada.
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global self-esteem and specific self-esteem: Different concepts, different outcomes. *American Sociological Review*, 141–156.
- Rizka Musritha. (2021). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk pakaian pada mahasiswa di kota Solok. *Socio Humanus*, 3(1), 170–185.
- Rysnawaty Wijaya, Meike Kurniawati, & Ninawati. (2022). Peran Self-Esteem Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Konformitas Sebagai Mediator Pada Dewasa Awal Pengguna E-Commerce. *Jurnal Muara Ilmu Sosial*,

Humaniora, Dan Seni, 6(3), 634–641.

- Santoso, A. E., Astuti, N. W., & Ninawati, N. (2020). Hubungan Perfectionism Dengan Harga Diri Pada Mahasiswa Dewasa Awal. *Provita: Jurnal Psikologi Pendidikan*, 13(1), 92. <https://doi.org/10.24912/provita.v13i1.7737>
- Santoso, S. (2000). *Uji Validitas dan Reabilitas Data*. Alfabeta, Jakarta.
- Santrock, J. W., & Santrock, J. W. (2007). *Psikologi Pendidikan edisi kedua*. Kencana Prenada Media Group.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 37–46. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4704>
- Sasmita, N. A., Mustika, M. D., Psikologi, F., & Indonesia, U. (2019). *Jurnal Diversita*. 5(2), 105–114.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). *Metodologi penelitian survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sianturi, J. V. M., Marpaung, W., & Manurung, Y. (2019). Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Harga Diri Pada Siswa-Siswi SMA Negeri 4 Medan. *JURNAL DIVERSITA*, 5(1), 58–66. <https://doi.org/10.31289/diversita.v5i1.2375>
- Simangunsong, R. M. S., Putri, N. I., & Brahmana, K. M. B. (2022). Pengaruh Harga Diri Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Psychomutiara*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.51544/psikologi.v4i2.2541>
- Sofiana, I. I., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal EMPATI*, 9(1), 58–64. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.26922>
- Stefanny, S., Idulfilastri, R. M., & Kurniawati, M. (2022). *The Correlation between Self-esteem with Consumptive Behavior in Early Adult Women Who Shop for Cosmetics Online*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.233>
- Sugiyono, S. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sumartono, & Djabar, H. B. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Susilarin, C. D. dan T. (2021). Jurnal IKRA-ITH Humaniora Vol 5 No 2 Bulan Juli 2021 Jurnal IKRA-ITH Humaniora Vol 5 No 2 Bulan Juli 2021. *Humaniora*, 5(2), 11–17.
- Udi Rosida Hijrianti, & Andi Muthiah Fitriani. (2020). Peran konformitas sebagai mediator hubungan harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Mediapsi*, 4(1), 48–56.

- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa. *Jurnal Empati*, 9(888), 271–279.
- Ulfairah, N. A. (2021). Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kecamatan Sutera. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 5463–5475. <http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/index>
- Ulil Amriatul, & Eko April Ariyanto. (2021). *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif membeli pakaian bekas bermerek eksklusif pada remaja akhir*. UNTAG Surabaya.
- Virgina, G. S. (2022). Fenomena Thrifting Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya. *Skripsi Tidak Diterbitkan. Surabaya: FISIP UIN Sunan Ampel*, 1–129.
- Wai, L. K., & Osman, S. (2019). The Influence of Self-esteem in the Relationship of Social Media Usage and Conspicuous Consumption. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v9-i2/5549>
- Wardhani, M. D. (2009). Hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.
- Wahab, E., A. Aziz, D. Darmawan, M. Hashim & Y. Fan. (2017). Marketing New Products to Mainstream Customers, *Journal of Economics and business*, 8(2), 239-246.
- Wijaya, R., Kurniawati, M., & Ninawati. (2022). Peran Self- Esteem terhadap Perilaku Konsumtif dengan Konformitas sebagai Mediator pada Dewasa Awal Pengguna E- Commerce. *Jurnal Muara Ilmu Sosial Humaniora dan Seni*.
- Windayanti, N. L. A. P., & Supriyadi, D. (2019). Hubungan antara citra tubuh dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Udayana. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(01), 96. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i01.p10>
- Wulandari, E. (2019). *Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau*. 143.
- Wulansari, S. E. (2019). Hubungan Big Five Personality Dengan Perilaku Menurunkan Berat Badan Pada Remaja Perempuan. *Calyptra*, 8(1), 686–695
- Yolanda, R. S. (2016). Hubungan antara body image dan perilaku konsumtif produk bermerek pada remaja putri. *Jurnal Psikologi*, 9(1), 53–54.
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89–99. <https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p09>