

No. Daftar FPIPS : 2572/UN40.F2.6/PT/2021

**PENGARUH *REFERENCE GROUP* TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA  
DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan (S.Pd) Program Studi Pendidikan Sosiologi



Oleh:

Widyaningsih

1700036

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2021**

Widyaningsih, 2021

***PENGARUH *REFERENCE GROUP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL  
SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

PENGARUH *REFERENCE GROUP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN  
INDONESIA

Oleh  
Widyaningsih  
1700036

Disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)  
pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan  
Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia

©Widyaningsih 2021  
Universitas Pendidikan Indonesia

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan cetak ulang,  
*difotocopy*, atau cara lainnya tanpa seizin penulis

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**WIDYANINGSIH**  
**PENGARUH *REFERENCE GROUP* TERHADAP PERILAKU**  
**KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA**  
**DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

**Pembimbing I,**



**Dr.Hj. Siti Nurbayani K., S.Pd., M.Si.**  
**NIP. 19700711 1994032 2 002**

**Pembimbing II,**



**Fajar Nugraha Asyahidda, M.Pd**  
**NIP. 02015021 992021 5 101**

Mengetahui  
**Ketua Prodi Pendidikan Sosiologi**



**Siti Komariah, M.Si., Ph.D.**  
**NIP. 19680403 199103 2002**

## LEMBAR PENGUJI

Skripsi ini telah diuji pada

Hari/Tanggal : Senin, 30 Agustus 2021

Panitia ujian sidang terdiri atas

Ketua : Dr. Agus Mulyana, M.Hum.

Sekretaris : Siti Komariah, M.Si., Ph.D.

Anggota : Dr. Mamat Ruhimat, M.Pd.  
Dr. Wawan Darmawan, M.Hum  
Dr. Hj. Siti Nurbayani K., S.Pd., M.Si.  
Wida Budiarti, S.Pd.  
Didin Sarifudin, S.Pd.

Penguji

### Penguji I



**Siti Komariah, M.Si., Ph.D.**  
NIP. 19680403 199103 2002

### Penguji II



**Rika Sartika, M.Pd.**  
NIP. 19840102 201012 2 004

### Penguji III



**Dr. Pandu Hyangsewu, S.Thi., M.Ag.**  
NIP. 920200119851002101

**PENGARUH *REFERENCE GROUP* TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA  
DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**Widyaningsih**

**1700036**

Email: [widyaningsih@upi.edu](mailto:widyaningsih@upi.edu)

**ABSTRAK**

Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang lebih mementingkan keinginan dibanding kebutuhan. Perilaku konsumtif ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor dan salah satunya dipengaruhi oleh *reference group* atau kelompok acuan. *Reference group* adalah suatu kelompok yang dapat mempengaruhi seseorang dalam bersikap dan berperilaku. Perilaku konsumtif ini dapat dirasakan oleh berbagai kalangan terutama pada kalangan remaja. Mahasiswa adalah seseorang yang termasuk kedalam remaja akhir menuju dewasa awal. Penelitian ini bermaksud untuk mencari tahu: (1) mengetahui bagaimana gambaran *reference group* di dalam mempengaruhi tindak perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia, (2) mengetahui tingkat perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia, (3) mengetahui seberapa pengaruhnya *reference group* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode *survey*. Pada penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Subjek penelitiannya adalah mahasiswa asal Sumatera yang berkuliah di Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Bumi Siliwangi dengan jumlah sampel 100 orang.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah: (1) *Reference group* mempengaruhi tindak perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia dengan saling memberikan rekomendasi terhadap suatu hal yang berkaitan dengan tindakan konsumsi, (2) Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera Universitas Pendidikan Indonesia ini rendah, (3) *Reference group* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa asal Sumatera Universitas Pendidikan Indonesia sebesar 44,0896%.

***Kata Kunci: Mahasiswa Asal Sumatera, Perilaku Konsumtif, Reference Group***

**THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUP ON CONSUMPTIVE  
BEHAVIOUR OF INDONESIA UNIVERSITY OF EDUCATION'S  
STUDENT FROM SUMATERA**

**Widyaningsih**

**1700036**

Email:[widyaningsih@upi.edu](mailto:widyaningsih@upi.edu)

**ABSTRACT**

*Consumptive behaviour is the behavior of a person who is more concerned with desire than with their own need. This consumptive behavior can be influenced by various factors and one of them is influenced by a reference group. Reference group is a group that can influence an attitude and behaviour of a person. Consumptive behaviour can be felt by various circles, especially among a teenager's student of the late teens into early adulthood. This study intends to find out: (1) How is the description of the reference group in influencing the consumptive behavior of students from Sumatra at the Indonesian University of Education, (2) to know the level of consumptive behavior of Indonesia University of Education student from Sumatera, (3) to know the influence of reference group on consumptive behaviour of Indonesia University of Education student from Sumatera. This study uses a quantitative approach using survey methods. In this study, the sampling used was simple random sampling technique. The research subjects were students from Sumatra who studied at the Indonesian Education University, Bumi Siliwangi Campus, with a total sample of 100 people.*

*The results obtained from this study are: (1) Reference groups influence the consumptive behavior of students from Sumatra at the University of Indonesia Education by giving each other recommendations on something related to consumption actions, (2) The level of consumptive behavior of Indonesia University of Education student from Sumatera, (3) The influence of reference group on consumptive behaviour of Indonesia University of Education student from Sumatera by 44,0896%.*

**Keywords: Consumptive Behavior, Student from Sumatera, Reference Group**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	7
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Konsep <i>Reference Group</i> .....	9
2.1.1 Pengertian <i>Reference Group</i> .....	9
2.1.2 Pengaruh <i>Reference Group</i> .....	9
2.1.3 Jenis-Jenis <i>Reference Group</i> .....	10
2.2 Konsep Perilaku Konsumtif.....	11
2.2.1 Definisi Perilaku Konsumtif .....	11
2.2.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....	11
2.2.3 Faktor-faktor Perilaku Konsumtif.....	12
2.3 Konsep Mahasiswa .....	14
2.3.1 Pengertian Mahasiswa .....	14
2.4 Konsep Merantau .....	14
2.4.1 Pengertian Merantau .....	14
2.4.2 Tipe-tipe Perantauan .....	15
2.5 Teori Tindakan Sosial Max Weber.....	15

2.6 Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard .....	18
2.7 Penelitian Terdahulu .....	20
<b>BAB III.....</b>	<b>27</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian .....	27
3.2 Lokasi dan Subjek Populasi/Sampel Penelitian.....	28
3.2.1 Lokasi dan Subjek Penelitian.....	28
3.2.2 Populasi.....	29
3.2.3 Sampel .....	30
3.3 Instrumen Penelitian .....	31
3.4 Definisi Operasional .....	31
3.4.1 <i>Reference Group</i> .....	31
3.4.2 Perilaku Konsumtif.....	32
3.5 Proses Pengembangan Instrumen .....	34
3.5.1 Uji Validitas.....	34
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.5.3 Uji Normalitas .....	38
3.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	38
3.6 Uji Hipotesis .....	38
3.6.1 Uji T .....	38
3.6.2 Uji F.....	39
3.6.3 Koefisien Determinasi .....	39
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
<b>HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Temuan .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi dan Sampel Penelitian.....	40
4.1.2 Analisis Data Variabel Penelitian.....	41
4.1.2.1 Gambaran <i>Reference Group</i> Di Dalam Mempengaruhi Tindak Perilaku Konsumtif Mahasiswa Asal Sumatera Di Universitas Pendidikan Indonesia ....	44
4.1.2.2 Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia.....	56
4.1.3 Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis .....	67
4.1.3.1 Transformasi Data .....	67
4.1.3.2 Uji Normalitas .....	67

Widyaningsih, 2021

**PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



4.1.3.3 Uji Linearitas .....	68
4.1.3.4 Uji Linearitas Sederhana.....	68
4.1.3.5 Uji Hipotesis .....	69
4.1.3.6 Uji Koefisien Determinasi .....	70
4.2 Pembahasan .....	71
4.2.1 Gambaran <i>Reference Group</i> Di Dalam Mempengaruhi Tindak Perilaku Konsumtif Mahasiswa Asal Sumatera Di Universitas Pendidikan Indonesia ....	71
4.2.2 Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia.....	75
4.2.3 Pengaruh <i>Reference Group</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Asal Sumatera di Universitas Pendidikan Indonesia .....	79
<b>BAB V .....</b>	<b>84</b>
<b>SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>84</b>
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Implikasi .....	86
5.3 Rekomendasi.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Penelitian .....	29
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	31
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel X .....	32
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Y .....	33
Tabel 3.5 Rekapitulasi Besar Nilai R Variabel X .....	34
Tabel 3.6 Rekapitulasi Besar Nilai R Variabel Y .....	35
Tabel 3.7 Rekapitulasi Uji Reliabilitas Variabel X.....	37
Tabel 3.8 Rekapitulasi Uji Reliabilitas Variabel Y.....	37
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y .....	37
Tabel 4.1 Membeli Barang dengan Bertanya Kepada Orang Lain .....	44
Tabel 4.2 Membeli barang yang sama dengan teman .....	45
Tabel 4.3 Membeli barang dengan melihat testimoni.....	45
Tabel 4.4 Membeli Barang yang sama untuk meningkatkan solidaritas .....	46
Tabel 4.5 Membeli barang yang mahal karena bujukan teman .....	47
Tabel 4.6 Menghabiskan waktu berkumpul dan belanja di <i>mall</i> .....	47
Tabel 4.7 Mengunjungi tempat sesuai rekomendasi teman .....	48
Tabel 4.8 Memberi kado <i>branded</i> karena tempat menggunakan barang <i>branded</i> .49	
Tabel 4.9 Mengeluarkan uang berlebihan.....	49
Tabel 4.10 Uang bulanan tidak cukup karena digunakan untuk nongkrong.....	50
Tabel 4.11 Membeli produk yang dipromosikan artis .....	51
Tabel 4.12 Membeli produk yang dipromosikan idola .....	51
Tabel 4.13 Menggunakan produk yang sama dengan idola.....	52
Tabel 4.14 Menyisihkan uang bulanan untuk berbelanja.....	52
Tabel 4.15 Mengerjakan tugas di luar sambil menongkrong dengan teman.....	53
Tabel 4.16 Berteman dengan orang yang sesuai dengan gaya hidup.....	54
Tabel 4.17 Merasa Senang ketika orang lain tertarik dengan produk baru.....	54
Tabel 4.18 Memberikan rekomendasi kepada teman.....	55

Tabel 4.19 Memberikan rekomendasi tempat kepada teman.....	56
Tabel 4.20 Membeli barang model terbaru walau barang yang lama masih bisa digunakan .....	56
Tabel 4.21 Membeli produk baru meskipun yang lama masih bisa digunakan .....	57
Tabel 4.22 Membeli produk yang banyak diminati .....	58
Tabel 4.23 Uang yang digunakan tidak cukup karena membeli barang yang tidak diperlukan.....	58
Tabel 4.24 Mengerjakan tugas kuliah di <i>coffee shop</i> .....	59
Tabel 4.25 Mengunjungi tempat karena sedang promo .....	60
Tabel 4.26 Membeli barang yang kemasannya menarik walau barang tersebut tidak dibutuhkan.....	60
Tabel 4.27 Membeli produk yang beda merk namun fungsi sama .....	61
Tabel 4.28 Uang saku habis untuk membeli produk agar terlihat modis.....	62
Tabel 4.29 Membeli barang yang sedang <i>trend</i> tanpa melihat manfaat .....	62
Tabel 4.30 Mengunjungi tempat hiburan karena <i>hits</i> .....	63
Tabel 4.31 Membeli barang <i>branded</i> untuk meningkatkan percaya diri .....	64
Tabel 4.32 Membeli baju baru karena gengsi semata .....	64
Tabel 4.33 Merasa ketinggalan jaman saat tidak menggunakan produk yang sedang <i>trend</i> .....	65
Tabel 4.34 Lebih senang membeli produk di <i>mall</i> daripada di toko.....	65
Tabel 4.35 Membelanjakan lebih banyak untuk penampilan.....	66
Tabel 4.36 Hasil Uji Normalitas .....	67
Tabel 4.37 Hasil Uji Linearitas .....	68
Tabel 4.38 Hasil Uji Linearitas Sederhana .....	68
Tabel 4.39 Hasil Uji Hipotesis .....	70
Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Diagram 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	41
Diagram 4.2 Asal Daerah Responden .....	42
Diagram 4.3 Fakultas Responden .....	42
Diagram 4.4 Angkatan Responden .....	43
Diagram 4.5 Uang Saku Perbulan Responden .....	43

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL

- Anggadini, T. K. (2015). *Hubungan Antara Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Anggraeny, W. P. (2017). *Pengaruh life style dan reference group terhadap keputusan pembelian motor merek Honda Beat: Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Aprilia, D., & Hartoyo. (2013). Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 72-86.
- Cahyati, T., Doerjat, I. S. C., Puspitawati, L., Adiyat, R., Kurniawaty, D. D., Yulia, S. R., ... & Astuti, W. A. (2009). *Jurnal Riset Akuntansi-Vol I/No. 1/Oktober 2009. Jurnal Riset Akuntansi-Vol I/No.*
- Dewi, N., & Rusdarti, R. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29-35.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.
- Hartaji, D. A. (2012). Motivasi berprestasi pada mahasiswa yang berkuliah dengan jurusan pilihan orangtua. *Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma*.
- Hartatin, D., & Simanjuntak, M. (2016). The effect of value and reference group on young consumer's hedonic buying. *Journal of Consumer Sciences*, 1(1), 33-46.
- Insani, L. N. (2017). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Kadeni, N. S. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 6(1), 61-70.
- Kurniawan, C. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4).
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-14.
- Liata, N. (2020). *Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban*. 1(2), 161–181.
- Mahrunnisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2018). Peer conformity through Widyarningsih, 2021  
**PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

money attitudes toward adolescence's consumptive behavior. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(4), 30-37.

Marta, S., & Futures, V. A. (2014). KONSTRUKSI MAKNA BUDAYA MERANTAU DI KALANGAN MAHASISWA PERANTAU. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 2(40), 27–43.

Mawo, T., & Thomas, P. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 60-65.

Monks, F.J., Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R. (2002). Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

Nugraha, B. esa. (2019). *PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PERANTAUAN (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*.

Putra, A., Handayani, S., & Pambudi, A. 2012. Perilaku Pengendalian Diri Pada Perilaku Manajemen Keuangan Personal Berdasarkan Pada Teori Planned Behavior Menggunakan Pendekatan Partial Least Square. Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.

Putra, A., & Suryadinata, S. (2020). Menelaah Fenomena Klitih di Yogyakarta Dalam Perspektif Tindakan Sosial dan Perubahan Sosial Max Weber. *Asketik: Jurnal Agama dan Perubahan Sosial*, 4(1), 1-21.

Putra, M. M. (2018). *Konstruksi Makna Merantau Dikalangan Mahasiswi Asal Sumatera Barat Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Konstruksi Makna Dikalangan Mahasiswi Asal Sumatera Barat Pada Komunitas Muda-Mudi Gonjong Limo di Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Rahmatika, A. F., & Kusmaryani, R. E. (2020). Relationship between Conformity and Consumptive Behavior in Female Adolescents. *Humaniora*, 11(3).

Ratih Herfinaly, & Linda Aryani. (2013). Interaksi Sosial Remaja Yang Bersekolah di Homeschooling Dengan Menggunakan Metode Distance Learning. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 9(Juni), 40–47.

Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). *The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students*. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29-45.

Rizkallah, E. G., & Truong, A. (2010). Consumptive behavior, promotional preferences, and shopping patterns of Hispanic Americans: an empirical perspective. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 8(4).

Saputri, A. F. (2021). *Hubungan antara persepsi terhadap reference group dengan keputusan pembelian produk fashion secara online pada remaja putri* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

Widyaningsih, 2021

**PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Sitohang, A. (2009). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja. Ringkasan Skripsi. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Solihat, A. N., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1-13.
- Sumarlin, R. (2009). Perilaku Konformitas Pada Remaja Yang Berada di Lingkungan Peminum Alkohol. Skripsi. Available : [www.gunadhama.ac.id](http://www.gunadhama.ac.id).
- Suyasa, Y. dan Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis*. Desember Vol.7, No.2 172-199.
- Wisanti, L.S.W. 2004. Kemandirian Pengambilan Keputusan pada Remaja Awal Ditinjau dari Persepsi Penerimaan Teman Sebaya. Intisari. Semarang: Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata.
- Yustisi S. (2009). Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri. Skripsi . Available : <http://repository.usu.ac.id/>.

## BUKU

- Abidin, Yusuf. 2012. *Pembelajaran Bahasa Berbasis Pendidikan Karakter*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Akdon, Riduwan. (2012). Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus*
- Bungin, Burhan. (2013). *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama*. Jakarta: kencana prenatal media group
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga.
- Creswell, J.W. (2016), *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Diterjemahkan oleh Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini Pancasari
- Engel, et al. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.
- Haryono, R. 2010. Medikal Keperawatan Sistem Pencernaan. Yogyakarta: Gosyen Publising.
- Hurlock, E. B. (2002). Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh Istiwindayanti dan Soedjarwo. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Lechte, J. (2001). 50 Filsuf Kontemporer. Yogyakarta: Kanisius.

Widyaningsih, 2021

**PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

- Naim, Mochtar. (2013). *Merantau Pola Migeasi Suku Minangkabau*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup.
- Prof.Dr.I.B. Wirawan, *Teori-teori sosial dalam tiga paradigma*. Jakarta:Kencana Prenadamedia Group,2012.
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ritzer, George-Douglas J. Goodman. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- Ritzer, George. (2015). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,
- Santrock. J. W. (2002). *Adolescence: Perkembangan Remaja*.(edisi keenam) Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon G. dan Leslier Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education
- Siregar, Syofian. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Soerjono Soekanto. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grapindo Persada.
- Sukardi. (2012). *metodologi penelitian*. jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suyanto, Bagong. (2013) *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-modernism*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Sztompka, Piotr (2004). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Ulber, Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Tambunan, Tulus. 2001. *Perekonomian Indonesia : Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

#### **Internet:**

- Segut. (2008). *Survei tren dan perilaku remaja : Tampil gaya dan gandrung musik pop*. Available : <http://www.marketing.co.id>.

Widyaningsih, 2021

**PENGARUH REFERENCE GROUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ASAL SUMATERA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)