

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Belanja adalah kata yang sering digunakan sehari-hari dalam konteks perekonomian sebagai salah satu cara konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Namun, kata yang sama telah berkembang artinya sebagai suatu cerminan gaya hidup dan rekreasi pada masyarakat kelas ekonomi tertentu. Belanja merupakan suatu gaya hidup tersendiri, yang bahkan telah menjadi suatu kegemaran bagi sejumlah orang. Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan produsen dapat memproduksi dan mempromosikan barang dengan cepat dan mudah sehingga masyarakat lebih mudah mengonsumsi produk dan sulit untuk berhenti.

Dewasa ini berbagai macam produk ditawarkan kepada konsumen. Produk- produk ini bukan hanya dapat memenuhi kebutuhan tetapi produk yang dapat memuaskan kesenangan konsumen. Kondisi tersebut membawa kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan. Kondisi ini pada gilirannya menimbulkan apa yang disebut dengan budaya konsumtif. Budaya konsumtif tersebut membentuk seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif (Fitriyani, Widodo dan Fauziah, 2013).

Orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan simbol dan status yang melekat pada barang itu. Dalam arti luas konsumtif adalah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah (Sembiring, 2008).

Perilaku konsumtif juga sangat berpengaruh bagi semua kalangan begitu juga dengan mahasiswi. Mahasiswi sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristik mereka yang labil, dan mudah untuk dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Mahasiswi selalu berusaha agar dapat tampil cantik dan menarik, kosmetik merupakan salah satu produk yang digunakan mahasiswi agar dapat menunjang penampilan. Kosmetik yang sebenarnya merupakan barang sekunder pun menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan mahasiswi. Kebutuhan yang terus menerus dan tidak merasa puas akan berdampak pada mengonsumsi sesuatu secara berlebihan yang menjadi perilaku konsumtif (Utami, 2014). Banyak industri yang mulai memproduksi kosmetik, karena melihat peluang dari omset penjualan yang cukup banyak terutama dari kalangan mahasiswi karena biasanya mereka akan lebih bersifat aktif mencari masukan dari temannya maupun berbagai iklan agar dapat menampilkan diri secara menarik (Haryani dan Herwanto, 2015).

Fenomena perilaku konsumtif tersebut pun terlihat dari hasil survei yang telah menempatkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi dengan persentase 66,28% sebagai masyarakat konsumtif dengan durasi belanja yang dapat mencapai 3 kali dalam seminggu, Sedangkan laki-laki yang mayoritasnya mahasiswi hanya berjumlah 33, 72% (<http://www.braindilogsociology.or.id>). Hal

ini terlihat mayoritasnya adalah mahasiswi lebih sering membelanjakan uangnya untuk kebutuhan dalam hal penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu baik membeli secara langsung di toko ataupun swalayan maupun online. Tidak heran jika kemudian perilaku konsumtif sebagian besar dilakukan oleh mahasiswi. Secara psikologis, konsumen wanita cenderung lebih emosional dalam berbelanja, sedangkan konsumen pria akan memulai menggunakan nalarnya ketika memutuskan untuk membeli sebuah barang. Hal tersebut didukung pula pada data hasil survey tahun 2014 yang dilakukan Tokopedia, yang menunjukkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi mendominasi jumlah pembelian, jumlah penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia.

Berdasarkan peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.445/Menkes/Permenkes/1998, kosmetik adalah paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ kelamin bagian luar), pada gigi dan rongga mulut baik untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, maupun memperbaiki tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit (Rasta Mailis, 2008). Produk kosmetik yang umum dipakai adalah seperti sabun, baik yang untuk badan maupun wajah, pasta gigi, bedak, juga minyak wangi. Termasuk juga produk yang bersifat spesifik, seperti bagi pria berupa gel untuk rambut, foam cukur, dan bagi wanita berupa alas bedak, bedak, pelembab, pembersih wajah, pelembab wajah, *lipstick*,

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lipgloss, eyeshadow, blush on, eye liner, conclear, dan maskara (Kusumawati dan Herlena, 2014).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 6 Desember 2017 dengan 5 orang mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang mengatakan bahwa kosmetik merupakan produk yang sangat dibutuhkan untuk menunjang penampilan agar dapat terlihat cantik dan menarik secara fisik, dalam sebulan menghabiskan uang dengan jumlah sekitar dua ratus lima puluh ribu hingga satu juta rupiah untuk membeli kosmetik dan uang saku yang diberikan oleh orang tuanya setiap bulan sebesar satu juta hingga satu juta lima ratus ribu rupiah. Angka tersebut merupakan pengeluaran yang cukup besar mengingat mahasiswi belum mempunyai penghasilan sendiri dan masih mengandalkan uang saku dari orang tua. Mahasiswi yang memiliki kewajiban untuk belajar dan menggunakan uang saku yang diberikan oleh orangtuanya untuk keperluan kuliah justru menggunakan uang saku untuk membeli kosmetik yang tidak dibutuhkan.

Subjek juga mengatakan setiap berbelanja kosmetik membeli dua sampai lima item produk-produk kosmetik, juga sering membeli lebih dari satu produk kosmetik yang memiliki fungsi yang sama seperti *lipstick, parfume, handbody* dan lainnya. Subjek lain mengatakan mudah tergiur dengan harga-harga diskon dan promo yang di tawarkan baik di mall maupun ditempat yang lain. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah mempelajari tentang prinsip ekonomi, diharapkan mampu menerapkan dalam kehidupan sehari-hari bagaimana cara mengatur pengeluaran seefisien mungkin dan mengetahui dengan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

pasti yang mana kebutuhan yang harus dipenuhi sebagai seorang mahasiswi. Apalagi mahasiswi yang berkuliah di UIN Suska Riau yang merupakan salah satu perguruan tinggi yang berbasis agama Islam yang melarang untuk berperilaku konsumtif. Islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana, tidak berlebihan dan tidak boros karena pemborosan adalah saudara-saudara setan seperti yang tertera dalam surah Al-Isro' ayat 27 yang artinya :

“sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada tuhan nya (QS. Al-Isro' ayat 27)

Menurut Lina dan Rosyid (1997), Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*). Bukti perilaku konsumtif adalah ketika seseorang membelanjakan uangnya, dinilai sangat kurang efisien. Hal yang senada di sampaikan oleh Tambunan (2001) mendefinisikan perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengonsumsi barang – barang yang sebenarnya kurang di perlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Menurut Lubis (dalam Lina dan Rosyid, 1997) mengatakan bahwa, pembelian karena mengikuti dorongan - dorongan keinginan untuk memiliki dan bukan didasarkan pada kebutuhan itulah yang disebut sebagai perilaku konsumtif. Menurut Sumartono (2002) bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang di pakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dengan merk

berbeda. Atau dapat di artikan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut.

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU menggunakan kosmetik dengan keinginan untuk tampak berbeda dengan yang lainnya dan untuk dapat menunjang penampilan agar terlihat lebih cantik dan menarik secara fisik. Cash (dalam Caesaria, 2016) menyebutkan bahwa penggunaan kosmetik di kalangan perempuan berfungsi untuk mengatur bagaimana mereka akan dipandang oleh orang lain dan juga berfungsi untuk mengontrol *body image*. *Body image* adalah gambaran mental individu terhadap tubuhnya. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau ingin diakui eksistensinya yang dinilai dari *body image*. Penilaian individu terhadap diri sendiri yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi cara mahasiswi berinteraksi dengan orang lain. Fisik menjadi hal yang sangat penting bagi mahasiswi karena mempengaruhi karakteristik mereka dalam kehidupan bersosial. Studi lain menyebutkan bahwa bagaimana teman sebaya memandang mereka juga merupakan hal penting, karena pada mahasiswi masih sensitif terhadap apa yang orang lain katakan mengenai mereka, terutama pada penggunaan kosmetik (Caesaria, 2016).

Penilaian *Body image* positif dan negatif menjadi pengaruh dari kebutuhan dan pemakaian kosmetik. Jika mahasiswi memiliki *body image* yang positif pembelian, penggunaan, dan pengeluaran uang dapat digunakan secara rasional. Namun mahasiswi yang memiliki *body image* negatif dan rendah, akan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdampak pemakaian kosmetik yang berlebihan yang menimbulkan pengeluaran dan kebiasaan yang konsumtif. Cash (2002) mengatakan *Body image* adalah persepsi dan sikap individu terhadap tubuhnya. Persepsi yang digambarkan seseorang dalam pikirannya membentuk suatu *body image* terutama mengenai tubuh yang setiap orang tidak sama. Persepsi setiap mahasiswi berbeda – beda tergantung bagaimana persepsi mereka terhadap konsep cantik. Konsep cantik yang dimiliki mahasiswi menjadikan kebutuhan kosmetik menjadi begitu penting. *Body image* yang ada dalam diri individu membuat mahasiswi tidak ingin penampilan mereka terlihat buruk dihadapan orang lain.

Penampilan yang menarik akan membawa mahasiswi pada penilaian yang baik tentang pribadinya dan akan membantu proses penerimaan sosial. Salah satu cara untuk mendapatkan penerimaan sosial dari kelompok teman sebayanya, mahasiswi melakukan konformitas. Semakin konform mahasiswi terhadap kelompoknya, maka semakin mudah terpengaruh berperilaku konsumtif. Menurut Suyasa dan Fransisca (2005) perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor konformitas. Menurut Baron dan Byrne (2005) konformitas adalah penyesuaian perilaku untuk menganut norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan kelompok yang mengatur cara berperilaku.

Mahasiswi yang menyesuaikan diri dengan teman sebayanya berperilaku kurang lebih sama atau identik akibat adanya tekanan yang nyata atau yang dibayangkan dari kelompok atau individu untuk mencapai tujuan tertentu yang disebut konformitas. Konformitas dilihat sebagai kecenderungan membiarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara *body image* dan konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi.

C. Keaslian Penelitian

Secara spesifik tidak ditemukan penelitian yang persis sama dengan yang peneliti kaji tentang hubungan antara *body image dan* konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi Namun, ditempat terpisah terdapat beberapa penelitian yang menjadi rujukan pada penelitian ini.

Pertama penelitian dilakukan oleh Ningsih dan Bawono (2016) dengan judul Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Pada Produk X Dengan Citra Diri Remaja Putri dengan variabel bebas Perilaku Konsumtif dan variabel terikatnya Citra Diri. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif korelasional dengan menyebarkan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 28 butir dan skala citra diri yang terdiri dari 34 butir kepada 125 konsumen(*member*) pada produk X. Dari hasil analisis data diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,481 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dari signifikansi 0,05 (5%) yang menyatakan bahwa penelitian ini memiliki korelasi keeratan sedang dan memiliki hubungan yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri. Sehingga dapat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikatakan bahwa peningkatan citra diri akan diikuti dengan perilaku konsumtif, yaitu semakin tinggi citra diri remaja maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif produk X pada remaja putri.

Sementara itu pada penelitian tentang variabel *Body Image*, penelitian yang dilakukan oleh Yolanda (2016) Hubungan Antara *Body Image* dan Perilaku Konsumtif Produk Bermerek Pada Remaja Putri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada hubungan antara *body image* dan perilaku konsumtif produk bermerek pada remaja putri. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, kemudian alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *body image* dan alat ukur skala perilaku konsumtif produk bermerek. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 100 remaja putri yang bersekolah di salah satu SMA Negeri kota Bogor dan berusia antara 15 sampai 18 tahun. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi (r) sebesar 0,410 dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) yaitu adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara *body image* dan perilaku konsumtif produk bermerek pada remaja putri. Arah korelasinya adalah positif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi *body image* maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif produk bermerek pada remaja putri.

Listiara dan Azizah (2017), Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tas Melalui *Online Shop* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan ilmu Politik (Fisip) Dan Fakultas Ilmu Budaya (Fib) Universitas Diponegoro. Perilaku konsumtif adalah keinginan mengonsumsi produk secara berlebihan dan tidak wajar yang dipengaruhi oleh faktor eksternal

dan faktor internal. Salah satu faktor eksternal adalah kelompok referensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian tas melalui *online shop* pada mahasiswi FISIP dan FIB Universitas Diponegoro. Subjek penelitian berjumlah 198 mahasiswi yang didapatkan dengan teknik *convenience sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah Skala Perilaku Konsumtif (26 aitem ; $\alpha = 0,905$) dan Skala Konformitas (28 ; $\alpha = 0,841$). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui *online shop* ($r_{xy} = 0,402$; $p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terhadap pembelian tas melalui *online shop* pada mahasiswi. Konformitas memberikan sumbangan efektif sebesar 16% pada perilaku konsumtif.

Perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian saya adalah penelitian saya berjudul hubungan antara *body image* dan konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi, dengan variabel bebas *body image* dan konformitas dan variabel terikatnya perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. Metode yang digunakan kuantitatif kolerasional.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “hubungan antara *body image* dan konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi”.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan perspektif kajian psikologi dalam memahami hubungan antara *body image* dan konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti dan teman-teman mahasiswi lain mengenai gambaran hubungan antara *body image* dan konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi agar dapat terhindar dari perilaku konsumtif.