

# PERILAKU BELANJA PRODUK TAS TIRUAN BERMEREK EKSKLUSIF SEBAGAI BENTUK REPRESENTASI IDENTITAS DIRI DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

Oleh :

Siska Elok Kusuma Dewi dan Grendi Hendrastomo

Email : [siskadewii10@gmail.com](mailto:siskadewii10@gmail.com)

Universitas Negeri Yogyakarta

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini diantaranya untuk mengetahui faktor pendorong, pengaruh, dan juga dampak yang ditimbulkan dari adanya perilaku belanja produk tas tiruan bermerek eksklusif di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data yang terdiri dari data primer dan juga sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, validitas data menggunakan triangulasi metode dan sumber, serta teknik analisis data menggunakan model analisis data Miles dan Hubberman. Hasil penelitian ini memperlihatkan beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam berbelanja produk tas tiruan yaitu: pencarian identitas diri, meningkatkan status sosial, adanya kepercayaan terhadap barang tiruan dan gaya hidup. Pengaruh perilaku belanja produk tas tiruan bagi mahasiswa adalah proses pencarian identitas diri yang didukung melalui produk tas tiruan sebagai symbol diantaranya. Dampak yang ditimbulkan dari adanya perilaku belanja produk tas tiruan adalah mahasiswa menjadi boros dan dapat menimbulkan rasa cemas jika tidak mampu memenuhi hasrat belanjanya.

**Kata Kunci :** *Belanja, Merek, Identitas Diri*

**SHOPPING BEHAVIOR OF EXCLUSIVE BRAND SHOPPING BAGS AS A FORM OF REPRESENTATION OF SELF IDENTITY IN STUDENTS OF STATE UNIVERSITY STUDENTS YOGYAKARTA**

Oleh :

Siska Elok Kusuma Dewi dan Grendi Hendrastomo

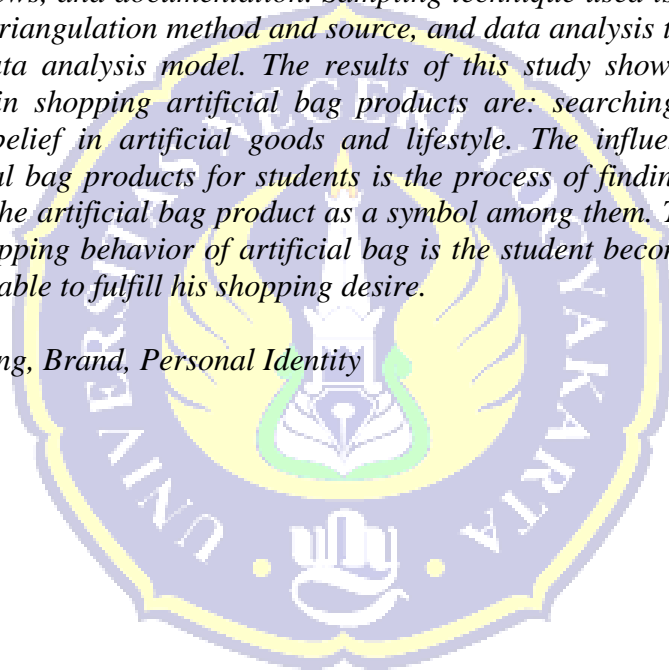
Email : [siskadewii10@gmail.com](mailto:siskadewii10@gmail.com)

Universitas Negeri Yogyakarta

**Abstract**

*The purpose of this research is to know the factors driving, influence, and also the impact caused by the existence of exclusive branded imitation product shopping behavior among students of Yogyakarta State University. This research uses qualitative method with data source consisting of primary data and also secondary. Techniques of data collection using observation, interviews, and documentation. Sampling technique used is purposive sampling, data validity using triangulation method and source, and data analysis technique using Miles and Hubberman data analysis model. The results of this study show several factors that influence students in shopping artificial bag products are: searching identity, improving social status, the belief in artificial goods and lifestyle. The influence of the shopping behavior of artificial bag products for students is the process of finding self-identity that is supported through the artificial bag product as a symbol among them. The impact caused by the existence of shopping behavior of artificial bag is the student becomes wasteful and can cause anxiety if not able to fulfill his shopping desire.*

**Keywords :** Shopping, Brand, Personal Identity



## PENDAHULUAN

Salah satu dampak akibat adanya arus globalisasi adalah perkembangan pada bidang industri fashion, salah satunya adalah pada produk tas. Kemajuan industri fashion yang semakin pesat dan beragam membuat para konsumen menginginkan berbagai produk terbaru, namun sangat disayangkan sekali pada saat ini produk fashion bermerek eksklusif mengalami berbagai peniruan. Di Indonesia kasus pemalsuan atau kemiripan merek dagang cenderung meningkat dari tahun ke tahun berdasarkan banyaknya produk-produk yang dijual di pasaran tanpa disertai sertifikat asli.

Pada tahun 2011 MIAP bersama LPEM FEUI menghasilkan suatu temuan dan mengeluarkan suatu artikel yang menyatakan bahwa dibandingkan dengan kejadian pemalsuan barang ditahun 2004 maka bisa dikatakan pada tahun 2010 terjadi peningkatan pemalsuan barang sebesar sembilan kali lipat, bahkan disebutkan sebanyak dua belas sektor industri mengalami kerugian sekitar Rp. 37 triliun. Dari kedua belas sektor industri tersebut salah satunya adalah pada sektor industri fashion (Effendi, 2014). Berdasarkan data tersebut, kerugian yang dialami oleh sektor industri fashion di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Kecenderungan konsumen memilih produk

fashion tiruan memicu adanya pertumbuhan produktivitas barang palsu yang dapat merugikan berbagai pihak.

Para remaja menjadi konsumen yang lebih banyak membeli produk tiruan bermerek eksklusif. Hal ini terjadi karena masa remaja merupakan masa pencarian identitas diri dan juga merupakan masa yang dikenal sebagai masa perubahan. Usaha untuk mencari identitas diri membuat remaja berusaha pula mencari *symbol* yang mendukung identitas dirinya melalui penampilan, salah satunya yaitu dengan menggunakan produk fashion tiruan bermerek eksklusif pada produk tas.

Perkembangan fashion pada produk tas semakin hari didesain semakin menarik untuk membuat kaum remaja menjadi tertarik untuk membeli. Tas saat ini tidak hanya menjadi aksesoris fungsional, tetapi tas merupakan aksesoris fashion yang bisa digunakan untuk berbagai kegiatan. Kaum remaja menganggap sebuah tas yang anggun dan menawan mampu membuatnya terlihat lebih *stylist* dan *fashionable* (Ermawati, 2016: 1). Tas memiliki peranan yang sangat penting dalam setiap penampilan remaja, baik itu untuk sebuah gaya maupun untuk sebuah gengsi. Tas ini dinilai dapat meningkatkan harga diri dan kepercayaan diri bagi seorang remaja.

Para remaja terutama mahasiswa cenderung lebih tertarik untuk membeli tas

tiruan bermerek eksklusif, selain harganya yang tidak begitu mahal namun kualitas tas tiruan juga tidak kalah bagus dengan tas merek asli. Pada awalnya mahasiswa hanya mengkonsumsi barang untuk kebutuhan atau konsumsi yang cukup, namun berbeda pada zaman sekarang mahasiswa lebih mengkonsumsi segala sesuatu secara berlebihan tanpa memperhatikan fungsi utama dari barang yang dikonsumsinya.

Perilaku konsumsi remaja atau mahasiswa dalam hal ini sebenarnya dapat dimenegrti jika melihat tingkah laku di dalam pergaulannya sehari-hari dan upaya mereka dalam mencari identitas diri sebagai remaja terpendang. Kaum remaja ini ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan sosialnya dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungannya. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan mereka berusaha untuk mengikuti gaya hidup di lingkungan sosialnya dengan menggunakan atribut yang sedang menjadi trend (Chrisnawati, 2011).

Remaja yang memiliki keyakinan bahwa penampilan merupakan sarana penting dalam penerimaan sosial akan cenderung selalu memperhatikan penampilannya. Komponen gaya hidup yang diterapkan oleh mahasiswa dalam hal ini adalah berbelanja barang dengan tujuan dianggap *prestige* dan mempertahankan

gengsi serta menjaga penampilan, (Ramadhan, 2012: 5).

Seperti yang dilakukan oleh kebanyakan remaja masa kini mereka berbelanja produk tas dengan merek eksklusif dengan tujuan untuk merepresentasikan identitas dirinya di dalam lingkungan sosialnya, meskipun hanya menggunakan produk tiruan. Dalam tingkatan mahasiswa seolah terjadi adanya kelas sosial atau strata sosial, karena terdapat anggapan bahwa apabila seseorang menggunakan barang dengan merek eksklusif maka akan dipandang memiliki status sosial yang lebih tinggi (Chrisnawati, 2011).

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini melibatkan salah satu instansi pendidikan perguruan tinggi yaitu Universitas Negeri Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Colombo No. 1, Kota Yogyakarta.

### **Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih selama tiga bulan yang dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2017.

### **Desain Penelitian**

Desain dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena

tentang apa yang dialami oleh suatu subjek peneliti misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya secara holistik dan dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang konteks khususnya yang bersifat alamiah dan juga memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

### **Subyek Penelitian**

Subyek penelitian dibutuhkan peneliti dalam mencari informasi dan data mengenai fokus penelitian. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Negeri Yogyakarta.

### **Sumber Data**

Sumber data merupakan subjek dimana data-data diperoleh. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah pengambilan data dengan menggunakan pedoman wawancara atau observasi. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono, 2012: 225).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala sosial yang tampak pada objek peneliti. Gulo (2003: 116) mengartikan observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama melakukan penelitian.

#### b. Wawancara

Wawancara dalam suatu penelitian bertujuan untuk mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur meskipun peneliti menggunakan pedoman wawancara. Pedoman wawancara dibuat sebagai patokan informasi yang digali sehingga peneliti dapat mengembangkan pertanyaan saat melakukan wawancara kepada informan.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengkaji sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan pokok pada bahasan permasalahan penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah ada

dalam catatan dokumen. Dokumentasi merupakan pendukung atau pelengkap dari data utama yang diperoleh melalui observasi atau wawancara berupa catatan lapangan ataupun bukti foto ketika melakukan wawancara.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Pengambilan sampel atau pemilihan informan menggunakan metode *purposive sampling*. Sugiyono (2005:96) menjelaskan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau lebih mengutamakan tujuan penelitian dalam penentuan sampling penelitian. Dalam menentukan suatu sampel, peneliti harus memberikan kriteria yang harus dipenuhi informan.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses mengatur urutan data dan mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Analisis data dilakukan dengan tujuan agar informasi yang dihimpun menjadi jelas dan eksplisit. Sesuai dengan penelitian maka teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif model interaktif sebagaimana diajukan oleh Miles dan Hubberman (1992: 15) yaitu:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses dimana peneliti melakukan penelitian, perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan dari hasil yang diteliti. Peneliti melakukan pemilihan data yang bermakna dan relevan untuk memfokuskan pada data yang digunakan dalam pemecahan masalah pada penelitian..

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sejumlah informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan lebih lanjut. Setelah proses reduksi data dari hasil wawancara informan kemudian data tersebut disajikan ke dalam bentuk pembahasan. Isi pembahasannya berupa analisis-  
analisis dari hasil penggolongan data.

### **Validitas Data**

Salah satu syarat untuk menganalisis data adalah memiliki data yang *valid* dan *reliable*. Oleh karena itu di dalam metode penelitian kualitatif perlu diadakan uji validitas data. Validitas data yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi data yang merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang

memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data tersebut.

Patton dalam (Lexy J. Moleong, 2008: 331) triangulasi data dapat tercapai dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan dengan apa yang dikatakan orang lain di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, membandingkan dengan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, membandingkan keadaan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

### **Verifikasi Data**

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Hubberman adalah kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung dengan bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan sebuah kesimpulan akhir. Kesimpulan dalam penelitian ini sekaligus untuk menjawab

pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah.

## **ANALISIS PEMBAHASAN**

### **Faktor Penyebab Perilaku Belanja Produk Tas Tiruan**

Perilaku belanja konsumen yang kebanyakan adalah remaja ini merupakan suatu tindakan yang dipengaruhi oleh sikap, emosi, nilai, dan etika terhadap ketertarikannya pada suatu produk barang. Perilaku seseorang dikelompokkan ke dalam perilaku wajar, perilaku dapat diterima, perilaku aneh dan juga perilaku menyimpang.

Perilaku belanja yang dimaksudkan dalam penelitian ini merupakan perilaku menyimpang remaja yang memiliki gaya hidup konsumtif dalam pembelian produk tas secara berlebihan hanya untuk sebuah gengsi dan juga *prestige*. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan dengan kata lain perilaku pada umumnya dimotivasi oleh suatu keinginan untuk mencapai tujuan tertentu.

Perilaku konsumsi remaja atau mahasiswa dalam hal ini sebenarnya dapat dimengerti jika melihat tingkah laku di dalam pergaulannya sehari-hari dan upaya mereka dalam mencari identitas diri sebagai remaja terpendang. Kaum remaja ini diakui eksistensinya oleh lingkungan sosialnya dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungannya. Kebutuhan untuk

diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan mereka berusaha untuk mengikuti gaya hidup dalam lingkungan sosialnya dengan menggunakan atribut yang sedang menjadi trend (Chrisnawati, 2011).

Perilaku gemar berbelanja produk tiruan yang dimiliki mahasiswa menjadi salah satu faktor pendorong untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, namun mereka tetap membelanjakan uangnya hanya untuk memenuhi kepuasan dalam dirinya sesudah membeli barang-barang tersebut.

Faktor yang mendorong mahasiswa untuk berbelanja produk tas tiruan bermerek eksklusif yaitu :

- a. Kebutuhan akan pencarian identitas diri

Mahasiswa adalah masa dimana pencarian akan identitas diri, mahasiswa berada pada lingkungan sosial yang berpengaruh untuk membentuk kepribadian mereka. Belanja merupakan salah satu cerminan dari gaya hidup mahasiswa untuk pencarian identitas dirinya. Hourlock (1990: 206) bahwa remaja harus mengikuti standar budaya kawula muda bila ingin diterima oleh kelompok sosialnya, jadi lingkungan sosial sangat berpengaruh besar untuk mendorong mahasiswa dalam

pemenuhan kebutuhan agar diterima di lingkungan sosialnya.

- b. Untuk meningkatkan status identitas

Herbert Mercuse mengembangkan beberapa pendapat mengenai teori konsumsi untuk menunjukkan bahwa ideologi konsumerisme mendorong kebutuhan palsu dan kebutuhan ini bekerja sebagai suatu bentuk kontrol sosial. Keinginan untuk meningkatkan status identitas diri dengan mengikuti perkembangan trend yang terus berkembang semakin modern dan maju merupakan wujud dari pemenuhan kebutuhan penghargaan diri untuk meningkatkan status identitas dirinya.

Seperti yang dilakukan oleh kebanyakan para remaja masa kini, mereka berlomba-lomba menggunakan barang dengan produk beremerek eksklusif tiruan untuk meningkatkan status identitas diri mereka dengan mengharapkan penghargaan berupa pujian dari orang lain.

- c. Adanya kepercayaan atau keyakinan terhadap produk tiruan

Faktor yang mempengaruhi intensitas belanja menurut Ajzen (2005) dalam Syarif (2014) yaitu sikap norma subjektif dan *perceived behavioral control*. Sikap



diasumsikan pada derajat seseorang dari evaluasi yang disukai pada perilaku tertentu. Sebelum seseorang memunculkan perilaku gemar berbelanja produk tas tiruan, seseorang diasumsikan memiliki intensi dari beberapa kepercayaan atau keyakinan untuk menampilkan perilaku tersebut melalui simbol-simbol merek yang dibelinya.

d. Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi pada saat ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar bagi masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Demikian juga dengan teknologi komunikasi berupa internet dan media sosial. Media sosial adalah situs yang digunakan sebagai wadah bagi penggunaannya untuk memudahkan berinteraksi.

e. Gaya hidup

Gaya hidup adalah suatu perpaduan antara kebudayaan ekspresi diri dan harapan tentang seseorang dalam bertindak yang berdasarkan pada norma-norma yang berlaku (Susanto, 2001: 120). Salah satu cerminan dari gaya hidup yaitu belanja, belanja merupakan suatu kegiatan pemenuhan kebutuhan yang

dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya.

### **Pengaruh Perilaku Belanja Produk Tas Tiruan Bermerek Eksklusif di Kalangan Mahasiswa UNY**

Mahasiswa adalah masa dimana pencarian akan sebuah identitas yang sedang berlangsung (Tresna, 2015). Dengan adanya perilaku gemar berbelanja tas tiruan bermerek eksklusif yang dilakukan mahasiswa secara terus-menerus dapat mengakibatkan kecenderungan ke arah pembentukan identitas melalui gaya hidup dalam penggunaan tas atau produk sebagai *symbol* diantara mereka. Melalui produk barang tiruan bermerek eksklusif yang digunakan oleh kebanyakan remaja masa kini diyakini dapat membangun identitas diri remaja tersebut.

### **Dampak Perilaku Belanja Produk Tas Tiruan Bermerek Eksklusif.**

a. Dapat meningkatkan percaya diri

Bagi mahasiswa yang gemar berbelanja produk tas tiruan bermerek eksklusif mereka meyakini bahwa dengan memakai produk tas dengan merek eksklusif akan menimbulkan dampak tertentu seperti menjadi lebih percaya diri.

b. Mengikuti Perkembangan zaman

Mahasiswa yang gemar berbelanja produk tas tiruan sesuai dengan trend yang sedang berkembang adalah mahasiswa yang

*up to date*. Perkembangan trend industri fashion pada produk tas selalu mengalami perkembangan disetiap waktunya. Hal inilah yang memberikan dampak luar biasa bagi mahasiswa untuk mengikuti setiap perkembangan yang ada.

Dampak negative dari adanya perilaku belanja produk tas tiruan :

1. Cemas

Mahasiswa yang mempunyai hobi berbelanja produk tas tiruan akan selalu mengikuti keluaran model tas terbaru, jika mereka tidak bisa memenuhi hasrat ingin membeli produk tas yang diinginkannya maka dia akan merasa sedikit cemas. Mereka seolah-olah tidak ingin ketinggalan untuk memiliki model tas tiruan terbaru yang diinginkannya. Hal ini menjadi dampak yang signifikan bagi diri sendiri.

2. Boros

Perilaku boros adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap barang-barang sekunder. Perilaku boros sebenarnya terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan *materialistic* karena hasrat yang besar untuk memiliki barang-barang

tanpa memperhatikan hal itu merupakan suatu kebutuhan atau hanya keinginan saja.

### Analisis Teori Konsumsi Piere Bordieu

Setiap individu memiliki *system* nilai yang berbeda-beda antara individu yang satu dengan individu yang lain. Dalam penelitian ini keinginan untuk merepresentasikan identitas diri melalui perilaku belanja produk tas tiruan bermerek eksklusif merupakan wujud dari pemenuhan kebutuhan penghargaan diri untuk dianggap *prestige*.

Gaya hidup dapat mengkondisikan setiap orang untuk menciptakan sebuah status, kelas sosial, posisi sosial dan *prestige* melalui barang-barang yang dianggap mampu menunjukkan identitas diri mereka. Ketika seseorang menganggap dirinya berada pada kelas atas maka dia akan menciptakan suatu persepsi tersendiri bagi orang lain seperti pujian dan penghargaan dari orang lain. Hal ini dapat mengakibatkan kecenderungan ke arah pembentukan identitas melalui gaya hidup dalam perilaku belanja produk tas tiruan bermerek eksklusif.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Ada berbagai alasan atau faktor yang mendorong mahasiswa mempunyai hobi atau perilaku berbelanja produk tas tiruan bermerek eksklusif yaitu: kebutuhan akan

pencarian identitas diri, untuk meningkatkan status identitas diri, adanya kepercayaan atau keyakinan terhadap barang tiruan, perkembangan teknologi yang mendukung, serta gaya hidup yang mempengaruhi.

Terdapat motif atau tujuan tersendiri yang dilakukan mahasiswa dalam berperilaku belanja produk tas tiruan bermerek eksklusif. Motif utamanya adalah intensitas belanja dan juga penggunaan produk dengan merek tiruan eksklusif diyakini mampu merepresentasikan identitas diri mahasiswa sesuai dengan apa yang diinginkan, yaitu untuk menjaga gengsi, menunjang penampilan sehari-hari, mampu membuat lebih percaya diri, meningkatkan *prestige*, dan juga dapat menimbulkan persepsi yang lain di dalam lingkungan sosialnya.

Perilaku belanja produk tas tiruan bermerek eksklusif di kalangan mahasiswa tentu dapat menimbulkan dampak. Dampak negative yang ditimbulkan antara lain mahasiswa menjadi boros karena pengeluaran yang banyak untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan. Dampak signifikan lainnya yaitu mahasiswa akan merasa sedikit cemas ketika tidak mampu memenuhi hasrat belanjanya.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian perilaku belanja produk tas tiruan bermerek

eksklusif sebagai bentuk representasi identitas diri di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta penulis menyarankan mahasiswa yang memiliki gaya hidup seperti ini sebaiknya mampu menyikapi hal ini dengan bijak agar tidak menimbulkan dampak *negative* secara signifikan. Mahasiswa sebaiknya lebih mementingkan kebutuhan primer dari pada kebutuhan sekunder serta belajar untuk mengendalikan diri dan menyikapi segala bentuk perkembangan modernisasi dengan membuat skala prioritas agar tidak mudah terpengaruh oleh berbagai macam gaya hidup yang mengandung unsur *hedonisme*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, dkk. (2014). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan (Studi pada Konsumen Wanita di Kota Malang)*. Jurnal Aplikasi Manajemen. Malang : Universitas Brawijaya
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaney, David. (2003). *Lifestyle: Suatu Pengantar Komperhensif*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Effendi, Jazran. (2014). *Faktor-faktor Chrisnawati, dkk. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian*. Jurnal Spirits.
- Dewanthi. *Faktor Sosial dan Personal yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Barang Fashion Tiruan*. Jurnal Strategi dan Pelaksanaan Bisnis. ( Psikologis yang Mempengaruhi Intensi Membeli Produk Fashion Tiruan.

- Skripsi. Jakarta :Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Gumulya, Jessica. (2013). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Jurnal Psikologi.
- Hamidi. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Pres.
- Hendariningrum, dkk. *Fahion dan Gaya Hidup, Identitas dan Komunikasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Mutiah, Riska. *Pengaruh Belanja Identitas terhadap Status Sosial Mahasiswa Universitas Muhamadiyah Malang*. Skripsi. Universitas Muhamadiyah Malang.
- Soedjatmiko, Haryanto. (2008). *Saya Berbelanja, Maka Saya ada*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Tanujaya, Royandi. *Analisis Perilaku Belanja pada Mahasiswa UNDIP di Kawasan Tembalang, Kota Semarang*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Tresna, T. (2013). *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiwa FIS UNY pada Klinik Kecantikan*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wisudawati, Rusdiana. (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tas Hermes Tiruan pada Wanita Karir*. Skripsi. Bengkulu : Universitas Bengkulu.

