
**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME DAN
KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERDAHAP
PERILAKU KONSUMSI FASHION SISWA
SMA NEGERI 3 MEDAN**

Nur Haliza¹, Ainul Mardhiyah²

Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara

e-mail: ¹nhaliza065@gmail.com, ²ainulmardhiyah@unimed.ac.id

Abstract: *Fashion consumption behavior among adolescents tends to increase along with developments in fashion trends and the influence of the social environment. This condition indicates that consumption decisions are not only based on needs but are also influenced by lifestyle and friendship groups. This study aims to determine the influence of hedonistic lifestyle and peer conformity on fashion consumption behavior of students at SMA Negeri 3 Medan, both partially and simultaneously. This study used a quantitative approach with a causal associative method. The study population was 288 eleventh-grade students at SMA Negeri 3 Medan taking Economics. The study sample of 167 students was determined using stratified random sampling. Data collection was carried out through questionnaires. Data analysis used multiple linear regression, t-tests, F-tests, and coefficients of determination using SPSS. The results of the study indicate that a hedonistic lifestyle and peer conformity have a positive and significant influence on students' fashion consumption behavior, both partially and simultaneously. The coefficient of determination (R Square) of 0.547 indicates that 54.7% of the variation in students' fashion consumption behavior can be explained by these two variables, while 45.3% is influenced by other factors outside the study. Based on the results of the study, it is necessary to improve financial literacy and understanding of rational consumption so that students can make wiser consumption decisions.*

Keywords: *Hedonistic Lifestyle, Peer Conformity, Fashion Consumption Behavior.*

Abstrak: Perilaku konsumsi fashion di kalangan remaja cenderung meningkat seiring perkembangan tren fashion dan pengaruh lingkungan sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup dan kelompok pertemanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi penelitian berjumlah 288 siswa kelas XI SMA Negeri 3 Medan yang mengambil mata pelajaran Ekonomi. Sampel penelitian sebanyak 167 siswa ditentukan menggunakan teknik stratified random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket. Analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi fashion siswa baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,547 menunjukkan bahwa 54,7% variasi perilaku konsumsi fashion siswa dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 45,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, diperlukan peningkatan literasi keuangan dan pemahaman mengenai konsumsi rasional agar siswa mampu mengambil keputusan konsumsi yang lebih bijak.

Kata kunci: Gaya Hidup Hedonisme, Konformitas Teman Sebaya, Perilaku Konsumsi Fashion.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan arus globalisasi telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pola konsumsi remaja terhadap produk fashion. Fashion saat ini tidak lagi dipandang hanya sebagai kebutuhan untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri, pembentukan identitas sosial, serta simbol status di kalangan remaja. Kemajuan teknologi dan media sosial semakin mempercepat penyebaran tren fashion sehingga remaja lebih mudah terpengaruh oleh berbagai gaya dan pola konsumsi yang berkembang di lingkungan sosialnya. Akibatnya, orientasi konsumsi fashion remaja cenderung bergeser dari pemenuhan kebutuhan menuju pemenuhan keinginan dan kepuasan diri.

Menurut Kanuk dan Schiffman (2008), perilaku konsumsi merupakan studi mengenai bagaimana individu membuat keputusan dalam menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan. Sementara itu, Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumsi mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan proses memperoleh, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa. Dalam konteks fashion, perilaku konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial yang berkembang dalam lingkungan individu.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di SMA Negeri 3 Medan, ditemukan bahwa perilaku konsumsi fashion siswa masih tergolong tinggi. Sebagian siswa membeli produk fashion untuk mengikuti tren yang sedang berkembang, menjaga penampilan, serta menyesuaikan diri dengan lingkungan pertemanan. Selain itu, siswa cenderung tertarik menggunakan produk fashion

yang sedang populer di media sosial maupun yang digunakan oleh teman sebayanya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumsi fashion siswa tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor gaya hidup dan lingkungan sosial.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi perilaku konsumsi fashion adalah gaya hidup hedonisme. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup hedonisme menggambarkan kecenderungan individu untuk mencari kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan sebagai tujuan utama dalam kehidupan. Menurut Setiadi (2015), individu yang memiliki gaya hidup hedonisme cenderung mengutamakan kesenangan pribadi, menyukai aktivitas yang memberikan kepuasan emosional, serta menjadikan konsumsi sebagai sarana untuk memperoleh kebahagiaan. Dalam kehidupan remaja, gaya hidup hedonisme dapat mendorong munculnya perilaku konsumsi fashion karena produk fashion sering dipandang sebagai simbol gaya hidup, prestise, dan citra diri.

Selain gaya hidup hedonisme, perilaku konsumsi fashion juga dipengaruhi oleh konformitas teman sebaya. Sears, Freedman, dan Peplau (1999) menjelaskan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku atau keyakinan individu sebagai akibat dari tekanan kelompok, baik yang nyata maupun yang dirasakan. Pada masa remaja, teman sebaya memiliki peran penting dalam proses pembentukan identitas diri. Remaja cenderung menyesuaikan sikap, perilaku, dan penampilannya agar memperoleh penerimaan dari kelompok sosialnya. Dalam konteks fashion, konformitas dapat terlihat dari kecenderungan siswa mengikuti gaya berpakaian, merek,

maupun tren yang digunakan oleh teman-temannya.

Hubungan antara gaya hidup hedonisme, konformitas teman sebaya, dan perilaku konsumsi fashion dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Gaya hidup hedonisme berkaitan dengan sikap individu terhadap konsumsi, sedangkan konformitas teman sebaya berkaitan dengan norma subjektif yang berasal dari lingkungan sosial. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut diduga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi fashion siswa.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya memiliki hubungan dengan perilaku konsumsi fashion. Sumantri dan Kurniawati (2023) menemukan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif produk fashion. Penelitian Nazarudin dan Widiastuti (2022) juga menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif remaja.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi fashion, hasil penelitian yang diperoleh masih menunjukkan variasi. Selain itu, penelitian mengenai pengaruh gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya secara simultan pada siswa sekolah menengah atas masih relatif terbatas, khususnya di SMA Negeri 3 Medan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi fashion pada remaja.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya

terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pendidikan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumsi remaja, serta menjadi bahan pertimbangan bagi siswa, orang tua, dan pihak sekolah dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan. Penelitian dilaksanakan di SMA Negeri 3 Medan pada Tahun Ajaran 2025/2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMA Negeri 3 Medan yang berjumlah 288 siswa. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 167 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling* sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang proporsional untuk terpilih sebagai responden.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert empat tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Variabel gaya hidup hedonisme diukur melalui indikator aktivitas, minat, dan opini, sedangkan variabel konformitas teman sebaya diukur melalui aspek kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan. Variabel

perilaku konsumsi fashion diukur berdasarkan kecenderungan pembelian yang berorientasi pada keinginan, mengikuti tren, dan pengaruh lingkungan sosial.

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa beberapa item pernyataan tidak memenuhi kriteria validitas sehingga dieliminasi, sedangkan item yang memenuhi kriteria validitas digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji parsial (*t-test*), uji simultan (*F-test*), serta koefisien determinasi (R^2). Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

Tabel 1 Hasil Regresi Linear

Variabel	Koefisien Regresi (B)
Konstanta	8,878
Gaya Hidup Hedonisme (X1)	0,371

Konformitas Teman Sebaya (X2)	0,468
-------------------------------	-------

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,878 + 0,371X_1 + 0,468X_2$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme (X_1) dan konformitas teman sebaya (X_2) memiliki arah pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi fashion siswa (Y). Nilai konstanta sebesar 8,878 menunjukkan bahwa apabila gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai perilaku konsumsi fashion siswa sebesar 8,878. Koefisien regresi gaya hidup hedonisme sebesar 0,371 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan gaya hidup hedonisme akan meningkatkan perilaku konsumsi fashion siswa sebesar 0,371 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Sementara itu, koefisien regresi konformitas teman sebaya sebesar 0,468 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan konformitas teman sebaya akan meningkatkan perilaku konsumsi fashion siswa sebesar 0,468 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Ujit)

Variabel	t Hitung	Sig.	Keputusan
Gaya Hidup Hedonisme (X1)	6,244	0,0000	H ₁ Diterima
Konformitas Teman Sebaya (X2)	7,605	0,0000	H ₂ Diterima

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1, variabel gaya hidup hedonisme memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan nilai t hitung sebesar 6,244. Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan

signifikan terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.

Selanjutnya, variabel konformitas teman sebaya memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan nilai t hitung sebesar 7,605. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Tabel 3 Hasil Uji Simultan dan Koefisien Determinasi

F Hitung	Sig.	R Square
99,043	0,000	0,547

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai F hitung sebesar 99,043 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,547 menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya mampu menjelaskan variasi perilaku konsumsi fashion siswa sebesar 54,7%, sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumsi Fashion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan. Temuan ini mengindikasikan bahwa siswa yang memiliki kecenderungan mencari kesenangan, mengikuti tren, dan mengutamakan kepuasan diri cenderung memiliki perilaku konsumsi fashion yang lebih tinggi. Bagi sebagian siswa, fashion tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan

primer, tetapi juga menjadi sarana untuk menunjukkan identitas diri, meningkatkan rasa percaya diri, dan memperoleh kepuasan emosional. Kondisi tersebut menyebabkan keputusan pembelian sering kali didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori gaya hidup yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa gaya hidup mencerminkan pola hidup individu yang terlihat melalui aktivitas, minat, dan opininya. Individu dengan gaya hidup hedonisme cenderung mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya untuk memperoleh kesenangan dan pengalaman yang dianggap memberikan kepuasan pribadi.

Menurut Setiadi (2015), individu dengan gaya hidup hedonisme cenderung mengutamakan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan serta lebih tertarik pada produk yang mampu memberikan kesenangan dan kepuasan emosional. Dalam konteks fashion, kecenderungan tersebut tercermin melalui keinginan untuk selalu mengikuti tren terbaru, membeli produk yang sedang populer, dan menggunakan fashion sebagai sarana ekspresi diri. Kondisi ini menjelaskan mengapa peningkatan gaya hidup hedonisme diikuti oleh peningkatan perilaku konsumsi fashion siswa.

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Sumantri dan Kurniawati (2023) yang menemukan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif produk fashion. Dengan demikian, semakin tinggi gaya hidup hedonisme yang dimiliki siswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam melakukan konsumsi fashion.

Pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumsi Fashion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi fashion siswa

SMA Negeri 3 Medan. Temuan ini menunjukkan bahwa lingkungan pertemanan memiliki peran penting dalam membentuk keputusan konsumsi siswa. Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui karakteristik perkembangan remaja. Menurut Yusuf (2012), remaja cenderung menyesuaikan sikap dan perilakunya dengan kelompok sebaya agar memperoleh penerimaan sosial dan merasa menjadi bagian dari kelompok. Dalam konteks konsumsi fashion, kecenderungan tersebut mendorong siswa untuk mengikuti gaya berpakaian, tren, maupun preferensi produk yang berkembang di lingkungan pertemanannya. Penjelasan tersebut sejalan dengan pendapat Myers (2012) yang menyatakan bahwa konformitas terjadi ketika individu menyesuaikan sikap dan tindakannya dengan standar kelompok karena adanya dorongan untuk diterima dan diakui secara sosial. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat konformitas siswa, semakin besar kecenderungan mereka menyesuaikan perilaku konsumsi fashion dengan norma yang berlaku dalam kelompok teman sebayanya.

Selain itu, Santrock (2011) menjelaskan bahwa teman sebaya memiliki peran penting dalam perkembangan sosial dan emosional remaja, terutama dalam membentuk rasa kebersamaan, penerimaan sosial, serta identitas diri. Kondisi tersebut menyebabkan kelompok teman sebaya menjadi salah satu referensi utama dalam menentukan pilihan dan perilaku konsumsi siswa, termasuk dalam konsumsi fashion.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumsi Fashion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi

fashion siswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal berupa keinginan untuk memperoleh kesenangan dan kepuasan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa dorongan dan pengaruh dari lingkungan pertemanan. Kedua faktor tersebut saling berinteraksi dalam membentuk keputusan konsumsi siswa terhadap produk fashion.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori tersebut menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh faktor internal berupa sikap serta faktor sosial yang tercermin dalam norma subjektif. Dalam penelitian ini, gaya hidup hedonisme menggambarkan kecenderungan sikap individu terhadap konsumsi fashion, sedangkan konformitas teman sebaya mencerminkan norma subjektif yang berasal dari lingkungan sosial. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perilaku konsumsi fashion siswa.

Nilai koefisien determinasi sebesar 54,7% menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya memiliki kemampuan yang cukup kuat dalam menjelaskan perilaku konsumsi fashion siswa. Sementara itu, sebesar 45,3% perilaku konsumsi fashion dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti literasi keuangan, kontrol diri, kondisi ekonomi keluarga, pengaruh media sosial, dan faktor psikologis lainnya. Selain itu, nilai t hitung konformitas teman sebaya yang lebih besar dibandingkan gaya hidup hedonisme mengindikasikan bahwa pengaruh lingkungan sosial memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumsi fashion siswa. Temuan ini menunjukkan bahwa remaja cenderung lebih mempertimbangkan penerimaan sosial dan kesesuaian dengan kelompok pertemanannya ketika mengambil keputusan konsumsi fashion.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya merupakan faktor yang berperan dalam membentuk perilaku konsumsi fashion siswa SMA Negeri 3 Medan. Secara bersama-sama, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 54,7% variasi perilaku konsumsi fashion siswa, yang menunjukkan bahwa faktor psikologis dan sosial memiliki kontribusi yang cukup besar dalam keputusan konsumsi remaja. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumsi fashion tidak hanya didorong oleh keinginan individu untuk memperoleh kesenangan dan kepuasan, tetapi juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan pertemanan.

Penelitian ini memperkuat kajian perilaku konsumen yang menempatkan gaya hidup dan pengaruh kelompok sebaya sebagai determinan penting dalam perilaku konsumsi remaja. Selain itu, temuan bahwa konformitas teman sebaya memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan gaya hidup hedonisme menunjukkan bahwa lingkungan sosial masih menjadi referensi utama dalam pembentukan keputusan konsumsi fashion pada siswa. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya pemahaman mengenai perilaku konsumsi remaja serta dapat menjadi dasar dalam pengembangan kajian perilaku konsumen pada konteks pendidikan dan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision* processes, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Kanuk, S., & Schiffman, L. (2008). Perilaku konsumen. *Edisi tujuh. Jakarta: PT. Indeks.*
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku konsumen* Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management (6/E). *Baski, Essex: Pearson Education Limited.* <https://ebooksecure.com/download/ebook-pdf-a-framework-for-marketing-management-6th-global/>
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi sosial* (edisi terjemahan). Jakarta: Salemba Humanika.
- Nazarudin, H., & Widiastuti, T. (2022). Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), <https://doi.org/10.37470/1.24.1.198>
- Santrock, J. W. (2011). *Life-span development* (13th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Sumantri, P. M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumsi produk fashion pada individu dewasa awal. *PSIKOLOGI KONSELING*, 15(2), 222-230. <https://doi.org/10.24114/konseling.v15i2.55132>
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi.* Jakarta: Kencana.
- Sears, D. O., & Anne, J. L. F. D. L. Peplau (1999) Psikologi Sosial Jilid I. *Alih Bahasa Michael Adrianto (Jakarta: Erlangga).*
- Yusuf, S. (2012). *Psikologi perkembangan anak dan remaja.* Bandung: Remaja Rosdakarya.