



PENGARUH UANG SAKU DAN GAYA HIDUP HEDONIS REMAJA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI BURGER KING DI KOTA MAKASSAR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Eko Alfarid¹, Muh. Akil Rahman², Wahidah Abdullah³
^{1,2,3}UIN Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh uang saku dan gaya hidup hedonis remaja terhadap proses keputusan pembelian makanan cepat saji dengan perilaku konsumtif sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini bersumber dari data primer yang mana pengumpulan datanya menggunakan metode kuesioner yang disebar kepada remaja di Kota Makassar. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang responden. Dengan pengelolaan data primer dengan menggunakan analisis jalur (path analysis) menggunakan bantuan software Statistical Package for Social Science (SPSS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara parsial ditemukan bahwa dukungan variabel uang saku dan variabel gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian makanan cepat saji Burger King di Kota Makassar. Secara parsial uang saku bernilai negatif dan tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara tidak langsung uang saku, dan gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian melalui perilaku konsumtif.

***Kata Kunci:** Uang Saku, Gaya Hidup Hedonis, Proses Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumtif.*



ABSTRACT

This study aims to examine the influence of pocket money and teenagers' hedonic lifestyle on the fast food purchasing decision process with consumer behavior as an intervening variable. This research is quantitative research. This research originates from primary data where data collection uses a questionnaire method distributed to teenagers in Makassar City. The number of samples used was 100 respondents. By managing primary data using path analysis using the Statistical Package for Social Science (SPSS) software. The results of this research show that partially it was found that the support of pocket money variables and hedonic lifestyle variables had a positive and significant effect on the decision process for purchasing Burger King fast food in Makassar City. Partially pocket money has a negative value and does not have a significant influence on consumptive behavior and hedonic lifestyle has a positive and significant influence on consumptive behavior. Indirectly, pocket money and hedonic lifestyle influence the purchasing decision process through consumer behavior.

Keywords: Pocket Money, Hedonic Lifestyle, Purchasing Decision Process, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Globalisasi sangat berdampak pada seluruh bangsa di dunia ini, tidak terkecuali Indonesia. Di Indonesia, salah satu aspek yang paling berdampak yaitu pada aspek ekonomi. Hal tersebut dapat dilihat pada pertumbuhan ekonomi Indonesia dan perkembangan tingkat konsumsi masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, konsumsi yang dilakukan tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk memenuhi keinginannya. Pemenuhan keinginan yang tidak lagi berdasar pada pemenuhan kebutuhan tersebut dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan tidak terlepas pada pola perilaku konsumtif (Sujanto, 2007). Perilaku konsumtif yaitu perilaku berbelanja yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi (Sumartono, 2002). Lina dan Rosyid, (1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif yaitu penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta



adanya pola hidup yang dikendalikan dan di dorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Usia remaja yang merupakan usia pencarian jati diri, dan berada pada usia konsumtif dan senang berbelanja. Remaja ketika diberikan uang saku oleh orang tuanya sehingga uang tersebut diatur oleh dirinya sendiri, apabila remaja tidak mampu mengelola uang sakunya dalam mengalokasikan uangnya, maka tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan remaja tersebut akan menjadi konsumtif. Uang saku merupakan salah satu faktor yang sangat berhubungan erat dengan kegiatan konsumsi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti uang saku adalah uang yang dibawa untuk keperluan sewaktu-waktu. Uang saku diberikan untuk dibelanjakan sewaktu-waktu biasanya diberikan kepada remaja yang belum bekerja. Remaja yang mendapat uang saku yang cukup banyak memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, selain membeli sesuatu yang menjadi kebutuhannya, remaja juga akan memenuhi keinginannya seperti membeli pakaian, barang yang dia sukai dan membiayai kegiatan yang bisa memenuhi hasratnya. Apabila pola perilaku konsumtif tersebut dilakukan secara terus menerus maka akan terjadi pemborosan sehingga jika tidak diimbangi dengan pemasukan uang saku maka akan mengakibatkan kekurangan dana, sehingga tidak sedikit remaja memilih untuk bekerja demi menambah uang sakunya sehingga bisa membeli barang-barang yang diinginkannya. Gaya hidup remaja mempengaruhi kebutuhan, keinginan, dan perilaku seorang remaja, gaya hidup juga sering kali dijadikan sebuah acuan dalam pengambilan keputusan pembelian. Proses Keputusan pembelian merupakan perilaku seseorang untuk membeli barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang terdiri dari pengenalan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian. Proses keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh jumlah uang saku, yang mana uang saku memiliki hubungan yang erat terhadap kegiatan konsumsi. Remaja yang mendapat uang saku yang banyak umumnya memiliki tingkat konsumsi yang tinggi dibandingkan remaja yang memiliki uang saku yang sedikit. Remaja yang memiliki uang saku yang cukup, akan membelanjakan uang yang ia peroleh untuk membeli segala sesuatu yang menjadi kebutuhannya serta memenuhi keinginannya membeli pakaian, barang-barang yang dia sukai, nongkrong di warung kopi, hingga nongkrong pada restoran cepat saji bersama teman-temannya. Dikutip dari Andi Pribadi (2016) kebanyakan masyarakat Indonesia lebih suka berkunjung ke gerai-gerai cepat saji daripada jenis restoran lainnya saat ingin makan diluar rumah. Menurut survey dari *MasterCard* bertajuk *Consumer Purchasing Priorities* pada tahun

2015, sebanyak 80% orang Indonesia lebih memilih untuk makan di gerai cepat saji, disusul oleh pusat jajanan yang berada di urutan kedua dengan 61%, dan restoran kelas menengah sebanyak 22%. Sementara itu, sekitar 1% masyarakat Indonesia memilih restoran ketika mengadakan jamuan makan resmi. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas, dapat dikemukakan bahwa dengan adanya uang saku, jika tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan lebih cenderung memenuhi keinginan maka dapat menimbulkan gaya hidup hedonis. Meningkatnya gaya hidup tersebut juga menimbulkan kebiasaan baru yang disebut perilaku konsumtif. Maka dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui, Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Hedonis Remaja Terhadap Proses Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening.

METODOLOGI

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini dapat digolongkan ke dalam penelitian yang bersifat aosiatif, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan sampel yang dipakai dalam peneltian ini adalah sebanyak 100 sampel remaja yang berusia 10-24 tahun yang pernah membeli produk Burger King di Kota Makassar sebanyak 2 kali atau lebih. Data yang di teliti adalah merupakan data yang berhubungan dengan variabel-variabelyang terkandung dalam penelitian ini, seperti data Uang Saku, Gaya Hidup Hedonis, Proses Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumtif.

HASIL

Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji-t)

Tabel Uji Signikansi parameter individu (Uji-t) sub ICoefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.549	2.246		.689	.492
Uang saku	.671	.186	.238	3.600	.001
Gaya hidup hedonis	.674	.066	.678	10.259	.000

a. Dependent Variabel: Keputusan pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2022



Tabel diatas menyatakan bahwa variabel uang saku memiliki t hitung 3,600 dengan nilai t tabel sebesar 1,290 dan nilai signifikansi 0,001. Nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 3,600 > t \text{ tabel } 1,290$, karena nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi kurang dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa dukungan uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian yang menggunakan SPSS menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonis memiliki t hitung 10,259 dengan nilai t tabel sebesar 1,290 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 10,259 > t \text{ tabel } 1,290$ yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Tabel Uji Signifikansi parameter individu (Uji-t) sub II

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.061	2.553		-.416	.679
	Uang saku	-.221	.225	-.066	-.985	.327
	Gaya hidup hedonis	.286	.108	.243	2.655	.009
	Perilaku konsumtif	.759	.115	.642	6.596	.000

a. Dependent Variabel: Keputusan pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel uang saku memiliki t hitung -0,985 dengan nilai t tabel sebesar 1,290 dan nilai signifikansi 0,327. Nilai signifikansi $0,327 > 0,05$ dan $t \text{ hitung } -0,985 < 1,290$ yang menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonis memiliki t hitung 2,655 dengan nilai t tabel sebesar 1,290 dan nilai signifikansi 0,009. Nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 2,655 > t \text{ tabel } 1,290$ yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.



Pada tabel menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif memiliki t hitung 6,596 dengan nilai t tabel sebesar 1,290 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t hitung $6,596 > t$ tabel 1,290 yang menunjukkan perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Analisis jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur di pakai untuk menguji pengaruh variabel intervening dan menganalisis pola hubungan sebab akibat antar variabel. Analisis jalur dipakai untuk mengetahui apakah variabel perilaku konsumtif bisa memediasi hubungan antara uang saku dan gaya hidup hedonis terhadap proses pembelian.

Dari hasil uji T pada tabel maka nilai *Unstandardized Coefficients Beta* variabel uang saku sebesar 0,671. Nilai *Unstandardized Coefficients Beta* sebesar 0,671 ialah nilai path atau jalur P1. Lalu variabel gaya hidup hedonis memiliki nilai *Unstandardized Coefficients Beta* sebesar 0,674 yakni nilai path atau jalur P2. Pada tabel 4.15, nilai R Square 0,629. Nilai R Square tersebut dipakai untuk mendapat nilai $e1$ dengan rumus:

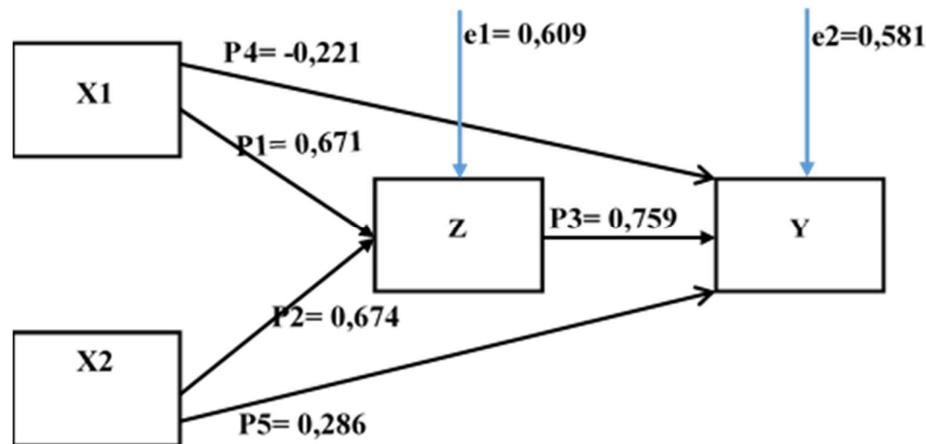
$$e1 = \sqrt{1 - 0,629} = 0,609$$

Dari uji T pada tabel diatas, variabel perilaku konsumtif memiliki *Unstandardized Coefficients Beta* sebesar 0,759 dan nilai ini adalah *path* atau jalur P3, variabel uang saku memiliki *Unstandardized Coefficients Beta* sebesar -0,221 dan nilai ini yakni nilai *path* atau jalur P4, serta variabel gaya hidup hedonis memiliki *Unstandardized Coefficients Beta* sebesar 0,286 yakni nilai *path* atau jalur P5. Pada tabel 4.16, nilai R Square sebesar 0,662.

Nilai R Square tersebut dipakai untuk mendapat nilai $e2$ dengan rumus

$$e2 = \sqrt{1 - 0,662} = 0,581$$

Gambar Hasil analisis jalur



Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari diagram jalur, diperoleh persamaan jalurnya sebagai berikut:

$$Z = 0,671 X1 + 0,674 X2 + 0,609$$

$$Y = -0,221 X1 + 0,286 X2 + 0,759 Z + 0,581$$

Berdasarkan gambar diagram jalur diatas dapat dilihat bahwa pengaruh langsung yang diberikan uang (X1) terhadap proses keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar -0,221. Sedangkan pengaruh tidak langsung uang saku (X1) terhadap proses keputusan pembelian (Y) melalui variabel intervening (Z) dapat dihitung dengan mengalikan P1 dengan P3, yaitu $0,671 \times 0,759 = 0,509289$.

Pengujian hipotesis intervening dalam penelitian ini dilakukan dengan Uji Sobel, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:



$$\begin{aligned}
 Sab &= \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + Sa^2sb^2} \\
 Sab &= \sqrt{0,759^2 \cdot 0,186^2 + -0,221^2 \cdot 0,115^2 + 0,186^2 \cdot 0,115^2} \\
 Sab &= \sqrt{0,01993009828 + 0,00064592222 + 0,0004575321} \\
 &= \sqrt{0,0210335526} \\
 Sab &= 0,14502948873
 \end{aligned}$$

Untuk menguji pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai T-hitung dari koefisien ab:

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh tidak Langsung } X \rightarrow Z \rightarrow Y &= 0,671 \times 0,759 = 0,509289 \\
 T \text{ hitung} &= \frac{0,509289}{0,14502948873}
 \end{aligned}$$

$$T\text{-tabel} = 1.65581$$

Karena nilai T-hitung sebesar 3,51162377017 atau lebih besar (>) dari nilai T-tabel sebesar 1.65581, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mampu memediasi hubungan antar uang saku terhadap proses keputusan pembelian. Berdasarkan gambar diagram jalur diatas dapat dilihat bahwa pengaruh langsung yang diberikan gaya hidup (X2) terhadap proses keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar 0,286. Sedangkan pengaruh tidak langsung gaya hidup (X2) terhadap proses keputusan pembelian (Y) melalui (Z) dapat dihitung dengan mengalikan P2 dengan P3, yaitu $0,674 \times 0,759 = 0,511566$. Pengujian hipotesis intervening dalam penelitian ini dilakukan dengan Uji Sobel., dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Sab &= \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + Sa^2 Sb^2} \\
 Sab &= \sqrt{0,759^2 \cdot 0,066^2 + 0,286^2 \cdot 0,115^2 + 0,066^2 \cdot 0,115^2} \\
 Sab &= \sqrt{0,00250940884 + 0,0010817521 + 0,0000576081} \\
 Sab &= \sqrt{0,0036489} \\
 Sab &= 0.060405042
 \end{aligned}$$



Karena nilai T-hitung sebesar 8,468928871 atau lebih besar ($>$) dari nilai T- tabel sebesar 1.65581, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mampu memediasi hubungan antar gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian. Menurut tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian validitas pada seluruh item pernyataan menunjukkan bahwa, semua item yang diuji dinyatakan valid. Hal ini karena masing-masing pernyataan memperoleh nilai signifikan 0,000 atau nilai r hitung $>$ r tabel sehingga semua pernyataan dikatakan valid.

DISKUSI

Pengaruh Uang Saku Terhadap Proses Keputusan Pembelian

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap jawaban rata-rata reponden yang diperoleh dari kuesioner dan hasil analisis uji SPSS untuk pengujian H1 diketahui bahwa uang saku berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian. Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa uang saku yang diberikan oleh orang tua kepada anak-anak mereka dengan sendirinya akan mendorong remaja untuk melakukan pembelian pada produk Burger King di Kota Makassar. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh I Kadek Adjus Suryadarma dan I Wayan Santika dengan penelitian yang berjudul Pengaruh variabel sosial, kepribadian *control* diri, jenis kelamin, dan uang saku terhadap keputusan belanja *online* remaja di Kota Denpasar yang menunjukkan uang saku remaja berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian remaja dalam berbelanja *online*.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Proses Keputusan Pembelian

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap jawaban rata-rata reponden yang diperoleh dari kuesioner dan hasil analisis uji SPSS untuk pengujian H2 diketahui bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian. Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa, adanya gaya hidup hedonis yang dianut oleh remaja memiliki andil cukup besar bagi remaja untuk memutuskan pembelian pada produk Burger King di Kota Makassar. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devi Indrawati dengan penelitian yang berjudul Pengaruh citra merek dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian jilbab Zoya. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda, menunjukkan hasil yang positif dan signifikan pada gaya hidup hedonis mempengaruhi keputusan pembelian pada jilbab "Zoya".



Pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap jawaban rata-rata reponden yang diperoleh dari kuesioner dan hasil analisis uji SPSS untuk pengujian H3 diketahui bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 5%. Maka hal tersebut menunjukkan variabel uang saku tidak berpengaruh, serta tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil pengaruh tersebut dapat diartikan bahwa uang saku tidak mampu mempengaruhi perilaku konsumtif, karena remaja masih banyak mengalokasikan uang saku yang mereka terima pada kebutuhan mereka dan menabung uang mereka jika terdapat kelebihan uang saku dalam melakukan perbelanjaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yola armelia dan Agus irianto dengan judul penelitian Pengaruh uang saku dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang mencerminkan bahwa semakin tinggi uang saku yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap jawaban rata-rata reponden yang diperoleh dari kuesioner dan hasil analisis uji SPSS untuk pengujian H4 diketahui bahwa variabel gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan gaya hidup hedonis yang dianut oleh remaja dengan sendirinya akan mendorong remaja untuk melakukan perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahsan lodeng dengan judul penelitian Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif menurut ekonomi Islam. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh perilaku konsumtif terhadap proses keputusan pembelian

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap jawaban rata-rata reponden yang diperoleh dari kuesioner dan hasil analisis uji SPSS untuk pengujian diketahui bahwa variabel perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Dari hal tersebut dapat menunjukkan



apabila perilaku konsumtif semakin tinggi, maka keputusan pembelian juga semakin meningkat. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Indar Rahmani dengan judul penelitian Pengaruh perilaku konsumtif dan *country of origin* terhadap proses keputusan pembelian kosmetik (Studi pada wanita bekerja di wilayah Surabaya).

Pengaruh uang saku terhadap proses keputusan pembelian melalui perilaku konsumtif sebagai variabel intervening

Merujuk dari hasil teknik pengujian analisis jalur, maka diketahui bahwa variabel perilaku konsumtif mampu menjadi mediator sebagai pemberi pengaruh uang saku terhadap proses keputusan pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mampu memediasi hubungan antar uang saku terhadap proses keputusan pembelian. Kemudian dapat diketahui bahwa koefisien mediasi signifikan sehingga dapat terjadi pengaruh mediasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titi Rismayanti dan Serli Oktapiani dengan judul penelitian Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, yang menghasilkan bahwa uang saku berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga semakin besar uang saku yang diterima maka semakin besar pula perilaku konsumtifnya. Hal ini dapat menjelaskan adanya keterlibatan antar ketiga variabel, dimana pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumtif, yang mana perilaku konsumtif timbul karena adanya keputusan pembelian yang berlebih.

Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap proses keputusan pembelian melalui perilaku konsumtif sebagai variabel intervening

Merujuk dari hasil teknik pengujian analisis jalur, maka diketahui bahwa variabel perilaku konsumtif mampu menjadi mediator sebagai pemberi pengaruh gaya hidup hedonis terhadap proses keputusan pembelian. Hasil pengaruh tersebut menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif memiliki pengaruh secara parsial dikarenakan pada pengujian sebelumnya ditemukan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh secara positif terhadap proses keputusan pembelian yang berarti variabel perilaku konsumtif mampu menjadi mediator dari kedua variabel tersebut, yang dimana diindikasikan perilaku konsumtif dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk Burger King. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Philip dengan judul Pengaruh gaya



hidup terhadap proses keputusan pembelian dengan perilaku konsumtif sebagai variabel intervening pada pembelian sneakers branded oleh generasi z di Surabaya.

REFERENSI

- Dharma, I. K. A. S., & Santika, I. W. (2013). *Pengaruh Variabel Sosial, Kepribadian, Kontrol Diri, Jenis Kelamin, dan Uang Saku terhadap Keputusan Belanja Online Remaja di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Indrawati, D. (2015). *Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab "Zoya."* *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- KBBI. (2021). *Arti kata uang saku menurut Kamus KBBI Online, Makna Kata dari Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved March 30, 2022, from <https://kbbi.kata.web.id/uang-saku/>
- 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.
- Lodeng, A. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam*. *Skripsi UIN Islam Negeri Raden Intan Lampung*,
24. <http://repository.radenintan.ac.id/3746/>
- Philip. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Sneakers Branded Oleh Generasi Z Di Surabaya*. *Agora*, 7(2), 287113. <https://www.neliti.com/id/publications/287113/pengaruh-gaya-hidup-terhadap-keputusan-pembelian-dengan-perilaku-konsumtif-sebagaimana>
- Pribady, A. (2016). *Hasil Survei MasterCard: Restoran Cepat Saji Masih Jadi*



Tempat Favorit di Indonesia - Wartakotalive.com.
<https://wartakota.tribunnews.com/2016/01/28/hasil-survei-mastercard-restoran-cepat-saji-masih-jadi-tempat-favorit-di-indonesia>

Rahmani, P. I. (2019). *Pengaruh Perilaku konsumtif dan country of origin terhadap keputusan pembelian kosmetik (studi pada wanita bekerja di wilayah Surabaya)*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 508-515.

Rismayanti, T., & Oktapiani, S. (2020). *Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa*. *Nusantara Journal of Economics*, 2(02), 31-37.

Sujanto Agus, dkk. (2007). *Psikologi Kepribadian*. Aksara Baru. Jakarta.

Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. Cv. Alfabeta: Bandung.

Yola, A., & Agus, I. (2021). *Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa* Abstract: Human needs always change according to the demands of the times , college students consume goods and services to meet their daily needs . College student income can come fr. *E-Jurnal Unp*, 4(3), 418-426.
<http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>