

PERILAKU KONSUMERIS PENGUNJUNG MALL LIPPO PLAZA KOTA KENDARI

Oleh: Rabia Jamil, Muh. Arsyad, dan Ambo Upe

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perilaku konsumeris pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari dan untuk mengetahui motivasi perilaku konsumeris pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana data dikumpulkan melalui teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Wawancara dilakukan kepada 20 informan yang dipilih secara *accidental sampling* yakni para pengunjung Mall Lippo Plaza yang memiliki motivasi konsumeris. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk perilaku konsumeris pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari, yaitu: 1) Hidup Mewah adalah pola hidup konsumtif dan boros untuk keperluan pribadi atau keluarga. 2) Mentalitas Instan artinya membawa manusia untuk tidak usah melalui proses berbelit belit dalam hal mendapatkan suatu kebahagiaan. 3) Pola Hidup Boros adalah gaya hidup yang gemar berlebih-lebihan dalam menggunakan uang. Para pengunjung merasa termotivasi berperilaku konsumtif dengan alasan antara lain: 1) Ingin refreshing karena banyak tugas kuliah, banyak beban kerja di Kantor dan di Rumah, mereka merasa refreshing bisa membuat pikiran jernih kembali. 2) Meningkatkan Status Sosial, pengunjung Mall menjadi percaya diri ketika masuk ke Mall. Orang kaya dan orang biasa semuanya berkunjung ke Mall hanya untuk nongkrong di cafe, berbelanja dan jalan-jalan.

Kata Kunci: Perilaku, Konsumtif, Pengunjung Mall

PENDAHULUAN

Perubahan paling mendasar di abad globalisasi ini adalah perubahan ke arah masyarakat konsumen yang menciptakan budaya konsumeris dan gaya hidup konsumerisme. Di dalamnya terdapat sebuah konsep kapitalisme. Sebuah kondisi yang di dalamnya hampir seluruh energi dipusatkan bagi pelayanan hawa nafsu, nafsu kebendaan, kekayaan, kekuasaan, seksual, ketenaran, popularitas, kecantikan, kebugaran, keindahan, kesenangan sementara hanya menyisakan sedikit ruang bagi penajaman hati, penumbuhan kebijaksanaan, peningkatan kesalehan, dan pencerahan spiritual.

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi saat ini, negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Globalisasi tersebut membuat berbagai perubahan-perubahan yang menyangkut hampir secara keseluruhan bidang kehidupan. Perubahan tersebut memberikan dampak terhadap pola kehidupan di masyarakat, kebiasaan, adat, tradisi, yang lama sudah mulai ditinggalkan secara perlahan-lahan. Hal tersebut diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya adalah menyebabkan daya beli serta perilaku konsumtif masyarakat bertambah.

Daya beli tersebut menyebabkan pusat perbelanjaan bersaing menjual produknya untuk mendapatkan keuntungan. Berbagai cara dilakukan pusat perbelanjaan tersebut misalnya memberikan harga diskon pada produk atau item

yang dijual. Hal ini semakin membuat masyarakat untuk terus berperilaku konsumtif dan memenuhi kepuasan pribadi. Perilaku konsumtif ini akan terus ada dan mengakar dalam gaya hidup, sedangkan gaya hidup sendiri harus ditunjang oleh financial yang memadai. Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja berdampak pada ekonomi namun juga pada kehidupan sosial.

Gaya hidup biasanya tumbuh bersamaan dengan globalisasi, perkembangan pasar bebas, dan transformasi kapitalisme konsumsi. Melalui dukungan iklan, budaya populer, media massa, dan transformasi nilai modern yang dilakukan, kapitalisme konsumsi akan memoles gaya hidup dan membentuk masyarakat konsumen. Gaya hidup dan perilaku konsumtif ibaratnya adalah dua sisi mata uang yang menjadi habitat subur bagi perkembangan kapitalisme. Di masyarakat post-modern, tidak ada orang bergaya tanpa modal atau hanya mengandalkan simbol-simbol budaya. Seseorang dikatakan memiliki gaya hidup yang modern, ketika ia mengonsumsi dan memamerkan simbol-simbol ekonomi yang berkelas.

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing. Kebutuhan itu berusaha untuk dipenuhinya dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang memenuhi kebutuhannya secara wajar dan ada juga yang berlebihan dalam pemenuhan kebutuhannya. Hal tersebut menyebabkan orang-orang untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat.

Pada mulanya belanja merupakan suatu konsep yang menunjukkan suatu sikap untuk mendapatkan barang yang menjadi keperluan sehari-hari dengan jalan menukarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang tersebut, akan tetapi pada konsep belanja sekarang ini telah berkembang menjadi sebuah cerminan gaya hidup dan rekreasi dikalangan masyarakat. Belanja merupakan gaya hidup tersendiri yang bahkan menjadi suatu kegemaran oleh sejumlah orang (Haris, 2005).

Masa sekarang ini dalam kehidupan masyarakat telah mengenal gaya hidup yang modern atau modis, hal itu dapat terlihat dari cara mereka mengenakan barang-barang ataupun pakaian yang bermerek, dan tidak menutup kemungkinan barang tersebut kebanyakan didapat dari belanja di Mall dengan harga yang mahal dibandingkan dengan barang-barang yang di jual di luar Mall.

Fenomena Kehadiran berbagai pusat perbelanjaan mulai dari kelas lokal, nasional, sampai kelas internasional tidak saja berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga berdampak pada perubahan perilaku konsumen keluarga dan masyarakat perkotaan. Perubahan budaya konsumen ini merupakan suatu konsekuensi logis dari tuntutan kehidupan yang dipicu oleh lingkungan perkotaan yang menyediakan sarana perbelanjaan kelas modern. Hal ini tentunya akan mendorong orang untuk pergi ke pusat-pusat perbelanjaan dan perilaku mereka cenderung membeli barang dan makanan sesuai dengan keinginan.

Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, terjadi perubahan dalam perilaku membeli pada masyarakat kota Kendari terutama pada

pengunjung Mall. Terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme.

Konsumerisme demikian menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut-atribut tertentu. Shopping secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran semu para konsumen dan akhirnya melahirkan pola-pola konsumerisme yang tidak akan ada habisnya. Akhirnya berbelanja juga dianggap sebagai sebuah pekerjaan, sebuah aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain (sebagai simbol status, gengsi, dan image manusia modern dan tidak ketinggalan zaman).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang diajukan adalah: (1) Bagaimanakah bentuk perilaku konsumeris pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari? (2) Bagaimanakah motivasi perilaku konsumeris pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Mall Lippo Plaza Kendari, dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan Mall yang selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat khususnya di Kota Kendari. Mall tersebut merupakan satu-satunya pusat perbelanjaan yang komplit dimana didalamnya bukan hanya tempat berbelanja, tapi juga hiburan, game, resto, hypermart dan lain-lain. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2017 sampai selesai.

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskripsi kualitatif yang hanya memaparkan situasi dan peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Dalam penelitian deskriptif, dititikberatkan pada wawancara dan observasi yang mendalam. Dengan demikian, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif didalam penulisan penelitian ini. Penelitian kualitatif yaitu pelaksanaan penelitian yang terjadi secara alamiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya, menekankan pada deskripsi secara alami (Arikunto, 2002).

Paradigma kualitatif meyakini bahwa di dalam masyarakat terdapat keteraturan. Keteraturan itu terbentuk secara natural, karena itu tugas peneliti adalah menemukan keteraturan itu, bukan menciptakan atau membuat sendiri batasan-batasannya berdasarkan teori yang ada. Atas dasar itu, pada hakekatnya penelitian kualitatif adalah salah satu kegiatan sistematis untuk menemukan teori dari kancah, bukan untuk menguji teori atau hipotesis. Karenanya, secara epistemologis, paradigma kualitatif tetap mengakui fakta empiris sebagai sumber pengetahuan tetapi mengakui fakta empiris sebagai bahan dasar untuk melakukan verifikasi. Dalam penelitian kualitatif, proses penelitian merupakan sesuatu yang lebih penting dibanding dengan hasil yang dipeoleh. Karena ini peneliti sebagai instrument pengumpul data

merupakan satu prinsip utama. Hanya dengan keterlibatan peneliti dalam proses pengumpulan data hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian kualitatif mengembangkan perspektif yang akan digunakan untuk memahami dan menggambarkan realitas. Karena itu, peneliti kualitatif berpendirian ekspansionis, tidak reduksionis. Ia tidak menggunakan pengetahuan umum yang sudah diketahui serta tidak mungkin dinyatakan dalam bentuk proposisi dan hipotesis. Karena itu, dalam penelitian kualitatif tidak terdapat hipotesis tentatif yang hendak diuji berdasarkan data lapangan (Upe, 2016).

Informan penelitian ini berjumlah 20 orang pengunjung. Game 5 orang, resto 11 orang, dan hypermart 4 orang yang memiliki perilaku konsumeris yang di ambil secara accidental sampling dimana subjek yang dipilih karena aksesibilitas nyaman, dengan pertimbangan bahwa informan yang dimaksud mampu memberikan informasi mengenai perilaku konsumeris pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dimana penulis mendeskripsikan berdasarkan informasi dari para informan terhadap objek yang telah diteliti, serta data kuantitatif dalam menentukan jumlah informan penelitian serta memaparkan gambaran umum lokasi penelitian di Mall Lippo Plaza Kota Kendari. Data primer, yaitu data yang paling utama yang dijadikan sebagai bahan analisis yang akan diteliti, dimana data yang diperoleh tersebut langsung dari informan yang menjadi subjek penelitian. Data sekunder, yaitu sebagai data pendukung atau pelengkap yang berupa catatan-catatan dari dokumen yang terdapat di Mall Lippo Plaza Kota Kendari.

Dalam melakukan penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi (pengamatan) dan wawancara (*interview*), observasi (pengamatan), yaitu teknik dengan mengamati langsung objek penelitian mengenai pengamatan terhadap perilaku konsumeris pengunjung yang berbelanja di Mall Lippo Plaza Kota Kendari. Wawancara (*interview*), yaitu teknik dengan mengadakan tatap muka langsung dengan sejumlah informan penelitian yang disertai dengan tanya jawab mengenai perilaku konsumeris pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif dimana data disajikan dengan menjelaskan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan selama dalam penelitian. Sebelum data disajikan, maka terlebih dahulu dilakukan pengkategorian data yang kemudian disusun dalam tabel persentase, sehingga akan menghasilkan suatu pemahaman dan definisi yang ilmiah. Teknik analisis data dimulai dari pengumpulan data (*data collection*) yang relevan dengan tema penelitian setelah itu dilakukan penilaian dan penyederhanaan data untuk memfokuskan pada masalah penelitian (*data reduction*), kemudian data tersebut disajikan dalam bentuk teks naratif (*data display*), dan selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan (*conclusions drawing/verifying*), dari data yang telah disajikan (Miles dan Huberman, 1992).

PEMBAHASAN

Bentuk Perilaku Konsumeris Pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari

Para pengunjung berlomba-bersaing mengaktualisasikan dirinya untuk mencapai kepuasan dan apa yang mereka inginkan. Berbagai upaya dilakukan untuk mencapainya. Salah satunya dengan mencari popularitas dan membelanjakan barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok. Pada kenyataannya pola kehidupan yang disajikan adalah hidup yang menyenangkan secara individual, inilah yang senantiasa didorong oleh hedonisme dan konsumerisme. Sebuah konsep yang memandang bahwa tingkah laku manusia adalah mencari kesenangan dalam hidup dan mencapai kepuasan dalam membelanjakan kebutuhan yang berlebihan sesuai arus gaya hidup.

Diantara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan. Kebutuhan bersifat naluriah sedangkan keinginan merupakan kebutuhan buatan, yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga atau lingkungan sosial lainnya. Dahulu sebuah mobil hanya dibeli konsumen karena kemampuannya memenuhi kebutuhan akan kendaraan angkutan, namun saat ini konsumen tidak lagi membeli mobil semata-mata karena kebutuhan angkutan lagi tetapi juga untuk menunjang statusnya di masyarakat (Ferrinadewi, 2008).

1. Hidup Mewah

Hidup mewah adalah hidup konsumtif dan boros untuk keperluan pribadi atau keluarga. Gaya hidup mewah memang sudah menjadi bagian hidup manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan interaksi dengan banyak hal. Manusia memerlukan pemenuhan kebutuhannya yang mencakup sandang, pangan, dan papan. Ketiga hal ini sangat penting dalam kehidupan manusia. Manusia bergantung pada makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Kebutuhan akan ketiga hal tersebut menjadikan sebagian orang memberlakukan gaya hidup mewah.

2. Mentalitas Instan

Mentalitas instan artinya suatu bentuk perilaku untuk tidak usah melalui proses berbelit-belit dalam hal mendapatkan suatu kebahagiaan. Selain beberapa fenomena yang terjadi diatas, ada kecenderungan untuk memilih lebih baik hidup enak, mewah dan serba berkecukupan tanpa bekerja keras. Titel “anak yang gaul dan funky” baru melekat bila mampu memenuhi standar trend saat ini.

3. Pola Hidup Boros

Budaya konsumerisme mengakibatkan orang boros, tidak produktif, dan hanya memberikan kesadaran palsu kepada masyarakat. Budaya ini hanya menghargai orang dari sebanyak apa dia mengeluarkan uang untuk mengonsumsi. Semakin banyak dan prestisius barang yang dibeli seseorang, semakin ia akan dihargai. Supaya mendapat penghargaan, orang rela membeli barang-barang yang sebetulnya tidak terlalu dia perlukan atau diluar kemampuannya. Dalam budaya kita, konsumerisme akan mengakibatkan orang terjebak dalam kehidupan yang tidak seimbang atau yang disebut dengan “lebih besar pasak dari pada tiang” (Denden, 2005).

Motivasi Konsumeris Pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari

Sekalipun pengunjung Mall sangat ramai, tetapi belum tentu semua yang

masuk ke mall memutuskan untuk berbelanja atau membeli barang yang tersedia. Karena itu perlu diidentifikasi beberapa hal yang menjadi Motivasi pengunjung ke pusat perbelanjaan yaitu ada pengunjung yang hanya datang untuk refreshing atau hanya untuk mengisi waktu luang, melihat suasana baru yang nyaman sambil jalan-jalan atau rekreasi. Bagi pengunjung, Mall seringkali dijadikan sebagai alternatif hiburan bersama pasangan karena mudah dijangkau dan tidak terlalu memerlukan biaya besar. Dengan semakin lengkapnya fasilitas yang dimiliki Mall-mall sekarang ini, telah mendorong atau memacu pengunjung dengan tujuan wisata. Sekalipun dengan tujuan wisata, tidak berarti bahwa kelompok pengunjung seperti ini tidak berbelanja sama sekali. Biasanya mereka berbelanja berbagai jenis makanan yang tersedia dengan menu yang sangat beragam dan harganya pun bersaing. Karena itu, Mall tidak lagi menjadi objek wisata alternatif, tetapi telah berubah menjadi tujuan wisata kuliner kota yang utama. Biasanya para pengunjung Mall memiliki tujuan ganda selain belanja barang juga hanya untuk *refreshing*.

1. Refreshing

Apa sebenarnya arti kata *refreshing* itu? Banyak orang mengatakan kata kata tersebut setelah mengalami suatu tekanan entah itu tekanan pendidikan (banyak tugas, banyak ulangan, banyak laporan, banyak presentasi, pokoknya serba banyak) ataupun tekanan yang lainnya. Dapat disimpulkan *refreshing* itu bisa dikatakan dengan menjernihkan kepenatan pikiran yang stress dan memulihkan kembali stamina yang sudah terkuras oleh beberapa aktivitas yang berat.

2. Meningkatkan Status Sosial

Kata "*status*" berasal dari bahasa latin yang berarti suatu kondisi seseorang berdasarkan aturan hukum. Pada perkembangannya, istilah status diadopsi oleh sosiologi untuk menjelaskan mengapa interaksi sosial antar individu atau kelompok berbeda dan apa yang menentukan setiap individu menjalankan peran sosialnya yang berbeda. Status simbol adalah status yang diperoleh seseorang karena simbol-simbol yang dimiliki atau dikenakannya. Biasanya status jenis ini diperagakan dalam kehidupan keseharian. Sebagai contoh seorang mahasiswa datang makan di restoran mewah, pakai jam tangan sport mahal akan dipandang sebagai orang dari kelas atas. Cara berpakaian, rumah, dan tempat yang dikunjungi juga bisa menjadi status simbol seseorang.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk perilaku konsumeris pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari yaitu Hidup mewah, mentalitas instan, dan boros. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli atau memakai suatu barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional tetapi hanya untuk bermewah mewahan. Menghabiskan uang untuk membeli barang-barang hanya untuk kesenangan semata tanpa

didasari kebutuhan. Mentalitas instan yang mengajarkan remaja tidak ingin melalui proses berbelit-belit dalam menghadapi suatu kebahagiaan. Juga terkesan bersifat boros karena menghambur-hamburkan uang untuk membeli berbagai barang yang tidak penting, hanya untuk sekedar pamer merek/barang mahal.

2. Motivasi masyarakat pengunjung Mall Lippo Plaza adalah dari segi refreshing dan Meningkatkan status sosial. Menurut mereka menghabiskan waktu dengan shopping barang-barang trend, nonton bioskop, dan nongkrong di Mall menjadi alasan utama penerapan perilaku konsumeris masyarakat. Mereka merasa refreshing adalah salah satu kegiatan yang sangat penting ditengah berbagai kesibukannya. Mereka merasa lebih plong setelah jalan dan menghabiskan waktu di Mall bersama keluarga dan teman-teman. Meningkatkan status sosial Sebagai contoh seorang mahasiswa datang makan di restoran mewah, pakai jam tangan sport mahal akan dipandang sebagai orang dari kelas atas. Cara berpakaian, rumah, dan tempat yang dikunjungi juga bisa menjadi status simbol seseorang. Nongkrong di cafe atau resto merupakan kegiatan yang dilakukan anak muda maupun orang dewasa di suatu tempat untuk berkumpul dan melakukan kegiatan untuk mengisi waktu luang. Maraknya tempat nongkrong itu bisa merubah gaya hidup seseorang, tergantung juga kepada karakteristik orang itu sendiri. Jika orang tersebut merupakan pribadi yang tergolong senang bergaul dan suka untuk mencoba hal baru dan mereka sendiri tidak pelit untuk mengeluarkan uang berapapun jumlahnya hal tersebut dapat merubah gaya hidup seseorang itu sendiri, seperti membuat dirinya menjadi seperti kaum konsumeris yang sebenarnya bisa saja ia hanya tergolong sebagai kaum “proletar” yang memaksakan dirinya untuk seperti kaum konsumeris.

Saran

1. Bagi pemerintah diharapkan dapat menjadi pertimbangan secara umum untuk menekan arus pergaulan sebagai implikasi modernisasi dan globalisasi terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota kendari khususnya pada masyarakat pengunjung Mall Lippo Plaza Kota Kendari.
2. Bagi masyarakat diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran dalam diri masyarakat, mengapa mereka berperilaku konsumtif. Apakah perilaku itu benar-benar untuk memenuhi kebutuhan atautkah hanya sekedar untuk memenuhi keinginan dan kesenangan sesaat saja, masyarakat tidak harus berhemat, namun sikap rasional perlu di ambil dalam menghadapi kondisi pasar yang demikian. Masyarakat perlu membuang jauh jauh sikap emosional dalam mengkonsumsi suatu produk. Masyarakat menanamkan sikap percaya diri sejak dini dan tidak terlalu memfokuskan diri pada model yang sedang trend yang ditawarkan, sehingga para pengunjung tidak menjadi boros dalam membelanjakan uang sakunya untuk membeli barang-barang dan makanan yang hanya sebagai keinginan sesaat saja.

3. Bagi keluarga khususnya orang tua diharapkan berperan sebagai contoh yang baik bagi anaknya dalam membeli atau mengkonsumsi barang, dan mengontrol kegiatan konsumsi anak anaknya, dengan membatasi besarnya uang saku dan memberikan contoh untuk tidak berperilaku konsumtif.
4. Bagi generasi muda diharapkan memiliki kesadaran civitas akademik dalam rangka melahirkan generasi yang berkarakter dalam bentuk pendekatan kepribadian, khususnya anak muda untuk masa depan bangsa dan Negara.
5. Bagi peneliti diharapkan apabila melakukan penelitian dengan judul atau tema sejenis hendaknya lebih dilakukan secara mendalam agar lebih mendapatkan hasil yang maksimal dan lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budrillard, Jean P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Denden, F. A. 2005. *Konsumerisme, Penyakit di Akhir Tahun*. <http://www.pikiranrakyat.com/cetak/1203/16/0803.htm>. Diakses pada tanggal 5 November 2017.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Haris. 2005. *Remembrance is Power* (on-line) <http://www.freewebs.com/kolektifbunga/konsumerisme.htm>. Diakses tanggal 04 November 2017.
- Miles, Mathew B dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber tentang Metode-metode Baru)*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Upe, Ambo. 2016. *Metode Penelitian Sosial: Filosofi dan Desain Praktis*. Kendari: Literacy Institute.