

PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS HALU OLEO KENDARI

Oleh: Ade Minanda, Suharty Roslan, dan Dewi Anggraini

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Fisip Universitas Halu Oleo Kendari dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Fisip Universitas Halu Oleo Kendari. Informan penelitian berjumlah 16 orang mahasiswa yang terdiri dari 4 Jurusan dimana tiap-tiap jurusan diperoleh informan sebanyak 4 orang dengan menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1. Perilaku Konsumtif belanja online mahasiswa Fisip tercermin pada perilaku yang menunjukkan adanya, a. Belanja untuk menjaga penampilan diri yaitu perilaku mahasiswa yang belanja online untuk menjaga penampilan diri agar terlihat menarik dan modis sehingga mahasiswa merasa percaya diri dengan apapun yang mereka pakai. b. Belanja karena adanya diskon yaitu perilaku belanja online mahasiswa karena adanya sistem pemotongan beberapa persen dari harga asli produk sehingga harga yang ditawarkan berkurang. c. Belanja untuk mengikuti *trend fashion* yaitu perilaku mahasiswa dalam mengikuti gaya yang populer selama kurun waktu tertentu. d. Belanja karena terpengaruh Iklan dimana iklan menjadi salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh produsen untuk dapat mempengaruhi perilaku serta pikiran seseorang sehingga orang tersebut terbuju untuk membeli produk-produk *online*. 2. Faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif mahasiswa Fisip dalam belanja online yaitu terdiri atas dua faktor, 1). Faktor internal yaitu, a. Motivasi Belanja yaitu adanya dorongan keinginan serta kepuasan yang dimiliki mahasiswa ketika belanja produk-produk *online* yang disukainya. b. Persepsi mengenai belanja online yaitu anggapan mahasiswa bahwa belanja online merupakan salah satu media yang memudahkan dalam aktivitas belanja. 2). Faktor Eksternal yaitu, a. Kebiasaan masyarakat yaitu belanja *online* yang sudah menjadi kebiasaan pada masyarakat sehingga kebiasaan ini dapat mempengaruhi orang lain khususnya mahasiswa untuk ikut dalam aktivitas belanja *online*. b. Kelompok pertemanan merupakan faktor yang mendorong mahasiswa untuk terus ikut serta dalam aktivitas belanja *online*.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Belanja Online, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi (Mac Bride, 1995). Sebelum adanya internet, pelaku kegiatan ekonomi melakukan kegiatannya dengan cara tradisional. Mulai dari berdagang, belanja bahkan kegiatan lelang pun dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung. Proses transaksi, tawar menawar dan strategi pedagang dalam memikat konsumen pun terlihat nyata. Namun, dengan adanya internet terciptalah teknologi perdagangan secara online yang terintegrasi dengan sistem yang biasa disebut belanja online. Belanja online

adalah kegiatan beli membeli barang melalui media internet dengan menggunakan web browser. Belanja online merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung dapat melihat barang-barang di toko online, konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video (Loekamto, 2012). Belanja online juga bisa dikatakan sebagai tempat belanja yang sebagian besar aktivitasnya berlangsung secara online di internet.

Mahasiswa dan internet dalam penggunaannya tidak dapat terpisahkan, Partisipasi mahasiswa dalam penggunaan internet menyebabkan mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan oleh internet terutama dalam hal belanja. Belanja secara online dapat memberikan beragam kemudahan bagi konsumen diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer, dan harga lebih terjangkau tak perlu membuat penggunaannya merasa termanjakan dimana mahasiswa tidak perlu lagi belanja dengan pergi ke pasar berdesak-desakan untuk memperoleh barang yang mereka inginkan. Mahasiswa juga tidak perlu menunggu waktu senggang atau waktu liburan untuk membeli barang di pasar ataupun di mall. Pemakaian internet ini membawa banyak perubahan dalam gaya hidup (*life style*) mahasiswa, termasuk dalam hal belanja.

Umumnya mahasiswa melakukan belanja online bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Menurut Jean Baudrillard (2011) Masyarakat consumer adalah terciptanya masyarakat yang didalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi yaitu dari logika kebutuhan menuju logika hasrat. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan (Setiaji, 1995). Perilaku konsumtif ini dilakukan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal serta meningkatkan gengsi demi memperlihatkan status sosial semata. Seperti dalam hal belanja, biasanya seseorang hanya membeli barang yang memang diperlukan dan dibutuhkan saja, akan tetapi saat ini cenderung membeli barang yang diinginkan bahkan bisa dikatakan tidak dibutuhkan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Thohiroh (2015) mengenai Perilaku Konsumtif melalui Online Shopping Fashion disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta melakukan perilaku belanja secara berlebihan, melakukan belanja karena kesenangan, pembelian impulsive. Perilaku belanja yang dilakukan ini sudah menjadi gaya hidup, informan rela menjual barang berharga seperti anting, kamera, handphone untuk membeli barang yang diinginkan dan subyek juga rela makan seadanya asal bisa beli baju branded dengan model yang berbeda dari orang lain serta merasa bangga memiliki banyak baju dan

setiap berpergian selalu memakai baju yang berbeda-beda tanpa ada orang lain memakai baju yang sama.

Berdasarkan observasi awal yang ditemukan di lapangan bahwa konsumsi barang melalui belanja online bagi kalangan mahasiswa saat ini adalah fenomena nyata yang selalu menjadi pembicaraan hangat di kalangan mahasiswa pada berbagai kesempatan khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. Sebagian mahasiswa mengetahui apa itu belanja online walaupun tidak semua mahasiswa menggunakan jasa tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan. Mahasiswa yang sudah merasa mendapat keuntungan yang didapatkan dari penggunaan jasa belanja online seperti kenyamanan dalam belanja, mudah untuk mendapatkan barang yang diinginkan serta harga yang terjangkau akan merasa kecanduan untuk terus menggunakan sistem belanja online dalam memenuhi kebutuhannya, karena apabila sudah pernah sekali berbelanja online pasti ingin lagi dan lagi belanja online.

Belanja secara online dinilai lebih praktis dan cepat untuk memperoleh barang-barang yang diinginkan seperti pakaian, jilbab, tas, sepatu, sandal, aksesoris, kosmetik dan lainnya, oleh karena kepraktisan inilah para mahasiswa menjadi sulit mengendalikan diri dan hal ini menimbulkan kecanduan dalam belanja yang mana pada akhirnya menjadikan mahasiswa berperilaku boros, karena dalam penggunaannya mahasiswa tidak lagi memikirkan seberapa besar barang tersebut dibutuhkan melainkan hanya terfokus pada keinginan dalam belanja produk-produk online. Hal ini dengan jelas menunjukkan perilaku konsumtif mahasiswa benar-benar terjadi. Berdasarkan realitas diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo dengan alasan karena di lokasi ini terdapat mahasiswa yang berperilaku konsumtif dalam belanja online.

Dengan demikian ada dua yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut: Bagaimana Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari? Dan faktor-faktor apa yang Mendorong Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari?

METODE PENELITIAN

Penelitian telah dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kelurahan Kambu Kecamatan Kambu Kota Kendari dengan pertimbangan bahwa di lokasi tersebut terdapat mahasiswa yang berperilaku konsumtif dalam belanja online, penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2018 sampai selesai.

Dalam menentukan informan dilakukan dengan menggunakan teknik snowball sampling, artinya pengambilan sampel dengan bantuan key informan, dan dari key informan inilah akan berkembang sesuai petunjuknya. Dalam hal ini peneliti hanya mengungkapkan kriteria sebagai persyaratan untuk dijadikan sampel (Subagyo,

2006). Informan dalam penelitian ini yaitu para mahasiswa Fisip yang terdiri dari 4 Jurusan yaitu, Jurusan Sosiologi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Jurusan Jurnalitik dan Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial. Dimana tiap-tiap jurusan diperoleh informan sebanyak 16 orang mahasiswa.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Dimana data kualitatif disajikan dalam bentuk narasi untuk mendeskripsikan bagaimana perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Fisip Universitas Halu Oleo Kendari dan Faktor-faktor apa yang mendorong perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Fisip Universitas Halu Oleo Kendari, sedangkan data kuantitatif adalah data-data yang merupakan angka-angka yang diperoleh seperti, jumlah informan, umur dan sebagainya.

Adapun sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dari narasumber atau responden yang bersangkutan, dalam hal ini narasumber yang dimaksud adalah para mahasiswa Fisip yang berperilaku konsumtif dalam belanja online. Data sekunder adalah data-data lain yang berhubungan dengan peneliti, berupa bahan-bahan pustaka yang berkaitan dengan penelitian meliputi sumber bacaan yang berkaitan dengan penelitian meliputi buku-buku, internet, journal.

Dalam pengumpulan data diperlukan kemampuan melacak sumber informasi dan keterampilan menggali data. Setiap teknik yang digunakan dalam pengumpulan data sebaiknya disebutkan relevansinya dengan data atau informasi yang diperlukan.

Pada pengumpulan data primer, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain observasi dan wawancara. Observasi merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk memperoleh informasi tentang fokus penelitian. Fokus pengamatan berupa peristiwa, perilaku dan ekspresi-ekspresi orang-orang dalam keadaan (setting) dimana mereka berada. Sedangkan wawancara merupakan teknik pengumpulan data/informasi melalui tanya jawab secara langsung kepada informan. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam.

Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisa penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dengan teknik ini setelah data terkumpul dilakukan analisa melalui tiga komponen yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dengan verifikasinya. Ketiga komponen ini saling berinteraksi dan berkaitan satu sama lain sehingga tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pengumpulan data, oleh karenanya analisa data dapat dilakukan sebelum, selama dan setelah proses pengumpulan data di lapangan.

PEMBAHASAN

Perilaku Konsumtif Belanja Online

Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Halu Oleo Kendari merupakan tindakan mahasiswa dalam membeli barang tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu dan tidak didasarkan

pada faktor kebutuhan. Dimana mahasiswa dalam melakukan aktivitas belanja online hanya semata-mata didasarkan oleh keinginan untuk memiliki produk-produk online yang disukainya tanpa memikirkan asas guna barang tersebut. Di dalam perilaku konsumtif belanja online beberapa hal yang menunjukkan perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut:

1. Belanja untuk Menjaga Penampilan

Penampilan diri merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Setiap individu tentu saja ingin selalu tampil serasi dan menarik agar disukai oleh orang lain. Oleh karena itu setiap orang selalu mengupayakan berbagai cara untuk menjaga serta menunjang penampilan dirinya. Terutama dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dimana mahasiswa selalu berpenampilan fashionable, hal ini dilakukan agar mahasiswa tetap terlihat menarik dan modis dengan cara mahasiswa memakai pakaian yang matching, memakai aksesoris seperti gelang, jam tangan, cicin, kaca mata dan lainnya, kemudian mahasiswa selalu berganti-ganti pakaian setiap kali datang di kampus. Hal ini dilakukan agar mahasiswa bisa selalu tampil percaya diri.

2. Belanja karena adanya Diskon (Potongan Harga)

Diskon adalah sistem potongan harga yang dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, sehingga harga yang ditawarkan berkurang. Oleh sebab itu konsumen lebih diuntungkan dengan adanya diskon. Dengan alasan ingin berhemat banyak mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo suka memburu barang-barang yang diberi diskon. Mahasiswa sadar ataupun tidak, dengan adanya diskon mereka belanja melebihi kebutuhan atau berlebihan, hal inilah yang menjadikan mahasiswa berperilaku boros, alasannya karena ketika mahasiswa belanja online mahasiswa tidak lagi fokus pada kebutuhannya melainkan hanya terfokus pada tawaran diskon yang diberikan, sehingga terkadang mahasiswa sering kehabisan uang walaupun masih awal bulan, hal inilah yang menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif dalam belanja *online*.

3. Belanja karena Mengikuti Trend Fashion

Trend adalah segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu. Kecenderungan untuk memiliki barang-barang baru yang sedang populer menjadi salah satu ciri khas masyarakat saat ini. Seperti halnya mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik saat ini berperilaku konsumtif dalam belanja online untuk mengikuti trend fashion dimana mahasiswa Fisip saat ini mengikuti hal-hal yang berkaitan dengan perkembangan zaman yang sedang booming di masyarakat, hal ini nampak pada perilaku mahasiswa yang membeli dan memakai barang-barang online yang sedang trend contohnya seperti memakai tas selempang merek Marc Jacob, Supreme, Chanel dan barang-barang online lainnya.

4. Belanja karena Terpengaruh Iklan

Iklan merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh produsen untuk memikat konsumen, agar tertarik membeli produk yang diiklankan. Iklan

tersebut ditunjang oleh orang-orang terkenal seperti selebriti yang mempromosikan barang-barang seperti pakaian, jilbab, tas, bahkan kosmetik. Perilaku mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang terpengaruh iklan tercermin pada perilaku mahasiswa yang belanja online dengan membeli dan memakai barang-barang seperti yang dikenakan oleh selebriti. Karena mahasiswa menganggap bahwa apapun yang dikenakan oleh selebriti merupakan kemajuan. Oleh karena itu mereka akan mengupayakan untuk bisa tampil sesuai dengan apa yang dikenakan oleh selebriti.

Faktor-faktor yang mendorong Perilaku Konsumtif Belanja Online

1. Faktor Internal

Adapun faktor internal yang mendorong perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut :

a. Motivasi Belanja

Motivasi belanja merupakan dorongan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi dimana kebutuhan konsumsi harus terpenuhi agar terjadi keseimbangan. Namun saat ini konsumsi yang dimaksud bukan lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan semata. Konsumsi yang sebenarnya menurut kajian ekonomi adalah mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan, tetapi saat ini apabila dilihat dari kacamata sosiologis konsumsi yang dimaksud bukan hanya sekedar konsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau pemenuhan kebutuhan akan tetapi yang dimaksud yaitu konsumsi kepuasan dan keinginan. Hal ini nampak pada perilaku mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam aktivitas belanja online dimana saat ini ketika belanja mahasiswa lebih condong pada keinginan belanja produk-produk online yang disukainya dan tidak lagi didasarkan atas kebutuhan.

b. Persepsi mengenai Belanja Online

Media belanja online saat ini sedikit banyak mampu mengubah pola konsumsi mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dimana mahasiswa menganggap bahwa belanja online merupakan media yang memudahkan dalam pemenuhan konsumsi, sehingga mahasiswa tidak perlu keluar rumah untuk ke mall, tidak perlu biaya ongkos karena juga faktor kesibukan atau banyaknya aktivitas kampus sehingga mereka tidak sempat, jadi mahasiswa lebih memilih belanja online sebagai alternatif belanja mereka. Mahasiswa menganggap banyak manfaat yang diperoleh dari belanja Online seperti kemudahan serta kenyamanan dalam belanja, sehingga keinginan untuk belanja barang-barang Online terus ada.

2. Faktor Eksternal

Adapun faktor Eksternal yang mendorong perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut :

a. Kebiasaan Masyarakat

Kebiasaan adalah tindakan yang lazim atau umum yang dilakukan oleh masyarakat, dimana kebiasaan pada masyarakat menjadi faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan dan

perilaku pembelian. Terkait dengan kebiasaan atau gaya hidup masyarakat dengan aktivitas yang dilakukannya, seperti dalam hal belanja online. Belanja online sudah dapat dikatakan sebagai kebiasaan masyarakat dewasa ini. Hal ini tercermin pada perilaku masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan konsumsinya. Dalam pemenuhan kebutuhan serta keinginan, belanja secara Online dinilai lebih praktis dan efisien sehingga masyarakat saat ini cenderung menggunakan sistem belanja Online dalam belanja, hal ini yang memberikan pengaruh kepada orang lain khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk ikut melakukan aktivitas belanja secara Online.

b. Kelompok Pertemanan

Kelompok pertemanan merupakan tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain, karena adanya hubungan diantara mereka. Dalam interaksi lingkup pertemanan dan persahabatan berpengaruh dalam pembentukan kepribadian, identitas serta gaya hidup seseorang. Dalam aktivitas belanja online, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik saat ini cenderung memiliki teman yang hobi belanja sehingga hal ini dapat menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki juga oleh temannya. Hobi belanja ini timbul karena mengikuti teman-teman. Setiap kali melihat teman mempunyai barang baru, maka mahasiswa akan ikut membelinya. Oleh sebab itu kelompok pertemanan menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk ikut serta dalam aktivitas belanja online.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumtif belanja online mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tercermin pada perilaku yang menunjukkan adanya, a) Belanja untuk menjaga penampilan diri yaitu perilaku mahasiswa yang belanja online untuk menjaga penampilan diri agar terlihat menarik dan modis sehingga mahasiswa merasa percaya diri dengan apapun yang mereka pakai. b) Belanja karena adanya diskon yaitu perilaku belanja online karena adanya sistem pemotongan beberapa persen dari harga asli produk sehingga harga yang ditawarkan berkurang, dengan diskon dapat menimbulkan perilaku konsumtif mahasiswa karena ketika belanja online mahasiswa melakukan pembelian secara berlebihan. c) Belanja untuk mengikuti trend fashion yaitu perilaku mahasiswa dalam mengikuti gaya yang populer selama kurun waktu tertentu. d) Belanja karena terpengaruh Iklan dimana iklan menjadi salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh produsen untuk dapat mempengaruhi perilaku serta pikiran seseorang sehingga orang tersebut terbujuk untuk membeli produk-produk online.
2. Faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif belanja online mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik adalah, 1) Faktor internal yaitu, a. Motivasi Belanja adalah adanya dorongan keinginan serta kepuasan yang dimiliki

mahasiswa ketika belanja produk-produk online yang disukainya. b. Persepsi mengenai belanja online yaitu anggapan mahasiswa bahwa belanja online merupakan salah satu media yang memudahkan dalam aktivitas belanja, sehingga mahasiswa lebih memilih belanja online ketimbang offline. 2) Faktor eksternal yang mendorong seseorang dalam aktivitas belanja online yaitu, a. Kebiasaan masyarakat yaitu belanja online yang sudah menjadi kebiasaan pada masyarakat sehingga kebiasaan ini dapat mempengaruhi orang lain khususnya mahasiswa untuk ikut dalam aktivitas belanja online. b. Kelompok pertemanan merupakan faktor yang mendorong mahasiswa untuk terus ikut serta dalam aktivitas belanja online.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mahasiswa, sebagai konsumen produk-produk online sebaiknya mahasiswa harus bisa membedakan mana sesuatu hal bersifat kebutuhan dan yang bersifat keinginan, sehingga mahasiswa bisa mempertimbangkan berbagai hal yang menjadi pokok utama dalam melakukan aktivitas belanja online. Oleh sebab itu sikap berlebihan dan perilaku konsumtif dalam belanja online dapat diminimalisir.
2. Untuk penjual online diharapkan dapat memperhatikan aktivitas konsumen dalam belanja produk-produk online dengan cara membatasi diskon, menekan barang-barang yang dipromosikan sehingga konsumen tidak mudah tergur.

DAFTAR PUSTAKA

- Jean, P Baudrillard. 2011. *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi Wacana Bantul: Yogyakarta.
- Loekamto, A. 2012. Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen* Vol 1 No 3.
- Mac Bridge. 1995. *The Internet. Sugeng Panut* (terjemahan). Cetakan ketiga. Kesain Blanc-Anggota IKAPI: Bekasi.
- Setiaji, B. 1995. Konsumerisme. *Akademika*. No. 1. Tahun XIII. Muhammadiyah University. Surakarta.
- Subagyo, P. 2006. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Thohiroh, Anisah Qodril. 2015. Perilaku Konsumtif melalui Online Shopping Fashion pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.