

GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF REBONDING MAHASISWI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS FLORES

Stefanus H. Gusti Ma, Yosef Moan Banda, Helena R. Parera

Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Flores, Indonesia
e-mail: ephentino@uniflor.ac.id

Abstract

This study aims to know the effect of lifestyle on consumer behavior of the Economic Education Study Program of Flores University in hair rebonding. The research types used in this study was an explanation to explain whether there is an influence of independent variables namely lifestyle consumptive behavior of hair rebonding. The data were collected by using questionnaires for primary data and secondary data using documentation studies. The data obtained were analyzed by multiple regression analysis. The results showed that lifestyle had a significant effect by contributing 52.8 percent in influencing female students Economic Education Study Program in hair rebonding.

Keywords: Lifestyle, Consumptive Behavior, Rebonding

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores dalam merebonding rambut. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanasi untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh variabel bebas yakni gaya hidup terhadap perilaku konsumtif merebonding rambut. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket untuk data primer dan data sekunder menggunakan studi dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan dengan menyumbang 52,8 persen dalam mempengaruhi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi dalam merebonding rambut.

Kata Kunci: Gaya hidup, Perilaku konsumtif, Rebonding

PENDAHULUAN

Gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang dikonsumsi, dan bagaimana ia bersikap atau berperilaku ketika dihadapan orang lain sehingga seringkali masyarakat terjebak dalam situasi dan tuntutan pasar yang menawarkan berbagai produk industri budaya yang menarik dan seolah menjadi kebutuhan konsumen (Suyanto, 2013).

Pernyataan tersebut menjadi nyata dalam kehidupan sehari-hari, tak terkecuali masyarakat Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) khususnya kaum hawa, sudah menjadi kebiasaan dalam mengekspresikan sisi kecantikannya salah satunya dengan cara meluruskan rambut dengan teknik rebonding. Kebiasaan ini dimaklumi karena sebagian

besar jenis rambut perempuan di NTT adalah ikal bahkan keriting. Fenomena merebonding rambut tersebut tidak saja dengan tujuan untuk mempercantik diri namun ada hal lain yang melatarbelakanginya. Diasumsikan demikian karena megutip pernyataan Andrean (2004) yakni setiap wanita jika memperhatikan dan mengorganisasi kesehatan, dalam hal ini pola hidup yang baik seperti makan, cara berpikir dan berperilaku dengan demikian dapat mempengaruhi keindahan rambut karena rahasia dibalik keindahan rambut sebenarnya adalah kesehatan. Berkembangnya era post modernitas keinginan dan kebutuhan tidak dapat dipisahkan lagi. Masyarakat mengkonsumsi produk tidak lagi berpijak

pada kebutuhan tapi lebih mengedepankan gaya hidup.

Kebiasaan merebonding rambut juga tak luput dari civitas akademika Universitas Flores (Uniflor). Uniflor merupakan perguruan tinggi swasta yang berada di Kabupaten Ende Provinsi NTT. Terdapat 7 Fakultas dan 15 Program Studi, salah satunya yakni Program Studi (Prodi) Pendidikan Ekonomi. Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi sebagian besar sudah merebonding rambut. Mulanya mahasiswa baru berambut ikal/keriting namun setelah beradaptasi di lingkungan prodi/kampus maupun di lingkungan masyarakat lambat laun rambut ikal/keriting telah berubah menjadi lurus dan terurai.

Jumlah mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi sebanyak 141 orang, yang memiliki jenis rambut ikal dan keriting sebanyak 96 orang sedangkan yang lurus sebanyak 45 orang. Berdasarkan hasil pengamatan hampir sebagian besar mahasiswa dari 96 orang pernah dan sering meluruskan rambut bahkan ada mahasiswa yang berambut ikal, namun berkeinginan tetap merebonding sehingga berdampak pada terganggunya penglihatan dan harus mengenakan kacamata.

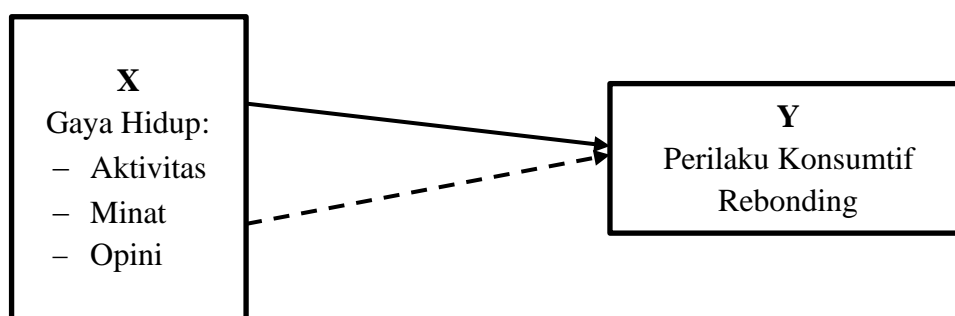
Kebiasaan konsumtif bisa diartikan sebagai kebiasaan yang irasional artinya konsumen mengkonsumsi suatu produk karena salah satunya melihat orang atau

konsumen disekelilingnya mengkonsumsi produk tersebut tanpa memperhatikan apakah produk tersebut dibutuhkan atau tidak. Kebiasaan konsumtif seseorang membeli dan menggunakan suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yakni gaya hidup. Beberapa pernyataan tersebut dikutip dari Ancok (2004), Setiadi (2013) dalam Kanserina (2015). Dalam teori permintaan diungkapkan adanya pengaruh faktor bukan harga terhadap perubahan permintaan. Kondisi ini terjadi tatkala konsumen tidak lagi bertindak rasional dalam memenuhi kebutuhannya melainkan dipengaruhi oleh faktor selera ekspektasi dan sebagainya (Soeratno, 2003).

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores dalam merebonding rambut.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dan jenis penelitiannya adalah eksplanasi untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh variabel bebas yakni gaya hidup terhadap perilaku konsumtif merebonding rambut. Adapun rancangan penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1 Bagan Rancangan Penelitian

Keterangan:

- X : Gaya hidup
- Y : Perilaku konsumtif rebonding
- : Pengaruh secara parsial
- - -> : Pengaruh simultan

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi berjumlah 228 orang yang terdiri dari semester II sampai dengan VIII. Teknik pengambilan Sampel dalam

penelitian ini sebanyak 75 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni *purposive sampling* dimana teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono). Pertimbangan yang dimaksud yakni peneliti hanya mengambil sampel hanya 75 orang karena pertimbangan jumlah mahasiswi yang berambut ikal dan keriting serta pernah melakukan rebonding.

Teknik pengumpulan data menggunakan angket untuk data primer. Angket disebarikan ke 75 responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Terdapat 16 butir pernyataan dari 4 variabel yang disiapkan. Pilihan jawaban pernyataan menggunakan skala likert, yakni:

SS	=	Sangat Setuju	Skor	=	4
S	=	Setuju	Skor	=	3
TS	=	Tidak Setuju	Skor	=	2
STS	=	Sangat Tidak Setuju	Skor	=	1

Untuk data sekunder menggunakan metode dokumentasi yang didapat dari tata usaha Prodi Pendidikan Ekonomi terkait nama, jenis kelamin, umur, alamat, pekerjaan orang tua.

Data yang diperoleh dan dianalisis menggunakan analisis validitas, reliabilitas dan analisis regresi berganda. Analisis validitas digunakan untuk mengukur apakah instrument yang digunakan dapat menginterpretasikan data secara tepat. Analisis reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian. Analisis regresi berganda digunakan untuk menghitung seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif rebonding.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil rekapitan angket yang telah dibagikan dan olah data yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil Analisis Validitas Instrumen

Nilai r tabel sebesar 0,227 dengan jumlah sampel sebanyak 75 (n=75) pada signifikansi 0,05 uji dua sisi. Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh nilai korelasi untuk 16 butir pernyataan melebihi nilai r tabel yang berkisar dari 0,576 sampai dengan 0,787 sehingga 16 butir pernyataan tersebut valid dan dilanjutkan untuk uji reliabilitas.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,930. Nilai r tabel dengan n=75, signifikansi 0,05 uji dua sisi sebesar 0,227. Nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai r tabel maka butir-butir pernyataan angket dikatakan reliable dengan kategori baik. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan diatas 0,8 adalah baik.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.564	.253		2.227	.029
	AKTIVITAS	.349	.123	.367	2.838	.006
	MINAT	.271	.119	.273	2.269	.026
	OPINI	.153	.122	.167	1.258	.212

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.564	.253		2.227	.029
	AKTIVITAS	.349	.123	.367	2.838	.006
	MINAT	.271	.119	.273	2.269	.026
	OPINI	.153	.122	.167	1.258	.212

a. Dependent Variable: REBONDING

Dari tabel 1 diperoleh persamaan regresinya yang dilihat pada kolom B sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,564 + 0,349 X_1 + 0,271 X_2 + 0,153 X_3$$

Ketrangan:

- Y = rebonding
a = konstanta
b1, b2, b3 = koefisien regresi
X1 = Aktivitas
X2 = Minat
X3 = Opini

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,564; artinya jika gaya hidup bertambah 1 persen, maka rebonding akan mengalami kenaikan sebesar 56,4 persen dan tanda positif artinya hubungan yang searah yakni jika gaya hidup bertambah maka rebonding juga akan meningkat.
2. Koefisien regresi variabel aktivitas (X1) sebesar 0,349; artinya jika aktivitas bertambah 1 persen maka rebonding akan mengalami peningkatan sebesar 34,9 persen. Koefisien regresi variabel aktivitas

(X1) bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara aktivitas dengan rebonding. Semakin bertambah aktivitas maka rebonding pun akan meningkat.

3. Koefisien regresi variabel minat (X2) sebesar 0,271; artinya jika minat bertambah 1 persen maka rebonding akan mengalami peningkatan sebesar 27,1 persen. Koefisien regresi variabel minat (X2) bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara minat dengan rebonding. Semakin bertambah minat maka rebonding pun akan meningkat.
4. Koefisien regresi variabel opini (X3) sebesar 0,153; artinya jika opini bertambah 1 persen maka rebonding akan mengalami peningkatan sebesar 15,3 persen. Koefisien regresi variabel opini (X3) bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara opini dengan rebonding. Semakin bertambah opini maka rebonding pun akan meningkat

Tabel 2
Hasil Analisis Korelasi dan Analisis Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.727 ^a	.528	.508	.40387	1.641

a. Predictors: (Constant), OPINI, MINAT, AKTIVITAS

b. Dependent Variable: REBONDING

Berdasarkan tabel 2 hasil analisis korelasi ganda menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara aktivitas, minat, dan opini terhadap rebonding yang ditunjukkan dengan nilai R sebesar 0,727. Menurut Sugiyono (2007) interpretasi koefisien korelasi rentangan 0,60 – 0,799 masuk dalam kategori kuat.

Analisis determinasi bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X1, X2,

X3) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen (gaya hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif rebonding) dilihat dari nilai R square dari tabel 2 yakni sebesar 0,528 atau sebesar 52,8 persen sedangkan sisanya sebesar 47,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diungkapkan dalam model penelitian ini.

Tabel 3
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.966	3	4.322	26.498	.000 ^a
	Residual	11.581	71	.163		
	Total	24.547	74			

a. Predictors: (Constant), OPINI, MINAT, AKTIVITAS

b. Dependent Variable: REBONDING

Uji F atau dengan kata lain uji koefisien regresi secara bersama-sama bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 3 diperoleh F hitung sebesar 26,498 dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95 persen atau $\alpha=5$ persen (uji dua sisi), nilai F tabel sebesar 3,122 dengan demikian terdapat pengaruh secara signifikan antara gaya hidup terhadap rebonding.

Selain menguji koefisien regresi secara bersama-sama perlu dilakukan pula uji T atau uji koefisien regresi secara parsial bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain apakah variabel gaya hidup yang pengukurannya mengacu pada pengukuran aktivitas, apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel rebonding, variabel minat apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel rebonding, dan variabel

opini apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel rebonding.

Berdasarkan tabel 1 diperoleh nilai t hitung untuk koefisien variabel aktivitas sebesar 2,227, untuk koefisien variabel minat sebesar 2,838, dan untuk koefisien variabel opini sebesar 1,258. Nilai t tabel dengan derajat kepercayaan 95 persen atau $\alpha=5$ persen (uji dua sisi) sebesar 1.993. Dengan demikian koefisien variabel aktivitas dan minat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel rebonding, sedangkan koefisien variabel opini tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel rebonding karena nilai t hitungnya lebih kecil dari t tabel.

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan terdapat hubungan searah antara gaya hidup dengan rebonding rambut mahasiswi Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores. Artinya mahasiswi Prodi Pendidikan

Ekonomi melakukan rebonding rambut dipengaruhi oleh gaya hidup yang mana pengukuran gaya hidup dengan menggunakan konsep psikografik, berhubungan dengan sifat atau ciri pribadi. Acuan dari pengukuran ini yakni aktivitas, minat, dan opini yang biasa disebut dengan *AIO inventories* (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1994). Gaya hidup berpengaruh pada keputusan merebonding rambut walaupun rata-rata mahasiswi Prodi Pendidikan Ekonomi berasal dari desa disetiap kabupaten di Pulau Flores dengan pekerjaan orang tua adalah petani dengan tingkat pendapatan yang insidental.

Kehidupan masyarakat desa yang masuk kategori kalangan masyarakat menengah kebawah cukup sulit dalam menerima perubahan. Faktor pemicunya adalah terbatasnya pendidikan, kebiasaan membaca, dan pergaulan mengakibatkan kebanyakan orang-orang dari kelas sosial bawah itu tidak mampu mengetahui latar belakang pemikiran yang mendasari berbagai program perubahan yang ditawarkan (Hurtono dan Hunt, 1987 dalam Narwoko dan Suyanto, 2004). Hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan realitas mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi, walaupun sejak kecil sampai menempuh sekolah menengah atas yang kesehariannya bercengkrama dan bersosialisasi di desa akan tetapi hal itu tidak menjadi penghalang dalam mengambil keputusan dalam merebonding rambut dari ikal atau keriting menjadi lurus dan terurai rapi.

Begitu halnya dari aspek finansial, dapat diasumsikan pendapatan orang tua yang memadai dan meningkat sehingga merebonding rambut yang biayanya tidak murah asalkan dapat menunjang kepercayaan diri dan merubah penampilan. Mahasiswi yang meluruskan rambut/rebonding menjadi selebriti desa atau kampung tatkala liburan semester atau liburan hari raya karena penampilan yang cukup beda dari rambut yang keriting dan kering menjadi lurus dan berkilau. Pernyataan ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Diesta (2002), bahwa pada rentang usia 15-40 tahun

seseorang mengandalkan penampilan luar untuk menunjukkan eksistensinya.

Hal serupa dinyatakan oleh Nicholas Abercrombie *et al.* (2010), yang dikutip dari Suyanto (2013). Nicholas mengemukakan secara garis besar, faktor yang melatarbelakangi kemunculan masyarakat konsumen diantaranya karena meningkatnya kemakmuran masyarakat dan meningkatnya *performance* kondisi perekonomian, berkaitan dengan kebutuhan masyarakat untuk memperlihatkan identitas sosialnya dalam artian apa yang dikonsumsi dan dikenakan masyarakat sesungguhnya refleksi dari kelas sosial mana mereka berasal, dan bagaimana masyarakat akan mengapresiasi mereka, simbol beraktualisasi diri, serta sebagai penanda posisi sosial masyarakat.

Hasil analisis secara parsial dari masing-masing variabel gaya hidup yakni variabel aktivitas, minat dan opini tidak bersamaan mempengaruhi mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi dalam merebonding rambut.

Variabel aktivitas mempengaruhi keputusan mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi dalam merebonding rambut. Mahasiswi yang mulanya berambut ikal dan keriting mengambil keputusan untuk merebonding rambut karena faktor gaya hidup (*lifestyle*). Asumsi ini dilandasi oleh pemikiran Bernard (2009), terdapat empat kategori yang menjadi motif dalam proses pembelian oleh konsumen karena *lifestyle* yakni: (1) *Utilitarian purchase* (pembelian produk bermanfaat); (2) *Indulgences* (kesukaan/memanjakan diri); (3) *Lifestyle luxuries* (gaya hidup mewah); (4) *Aspirational luxuries* (hasrat kemewahan).

Kategori *Utilitarian purchase* (pembelian produk bermanfaat); rambut menjadi lurus dan lebih mudah dalam menatanya, walaupun menurut Andrean (2004) rahasia dibalik keindahan rambut sebenarnya adalah kesehatan. Karena, apa yang kita makan dan yang dilakukan sehari-hari akan mempengaruhi keadaan rambut. kategori *Indulgences* (kesukaan/memanjakan diri); keinginan menikmati sedikit kemewahan (rambut diatur dan ditata oleh petugas salon)

dengan biaya yang dikeluarkan rata-rata sebesar Rp 250.000,- bagi kalangan mahasiswi angka tersebut bisa diasumsikan cukup mahal karena setara dengan biaya untuk kos-kosan per bulan.

Kategori *Lifestyle luxuries* dan *Aspirational luxuries* memberikan kesan atau pandangan bagi kalangan mahasiswi yang bertempat tinggal di desa dengan kondisi geografis yang belum memadai dan budaya yang masih tradisional. Rambut yang lurus terurai mendapat kekaguman dari masyarakat desa serta menandakan posisi sosial masyarakat seperti fenomena *challenges* yang lagi marak saat ini. Individu yang dikenal sebelumnya berambut ikal/keriting namun sekembali saat masa liburan semester atau hari raya dengan rambut lurus dan terurai. Asumsi ini juga mempertegas pernyataan dari Nicholas Abercrombie et al (2010).

Variabel minat mempengaruhi keputusan mahasiswi Prodi Pendidikan Ekonomi dalam merebonding rambut. Salah satu faktor yang mempengaruhi dalam membeli produk adalah kelompok masyarakat (Solomon, 2009 dikutip dari Azwar 2013). Kelompok masyarakat dalam penelitian ini dapat dikategorikan lingkungan kampus dan lingkungan di luar kampus (rumah/kos selama menempuh studi di Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores. Pernyataan Solomon mempertegas pernyataan Fudyartana (2012) dan Beyth-Marom, et al:1993).

Variabel opini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan merebonding rambut mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi. Artinya pada saat tertentu opini tidak mutlak mempengaruhi mahasiswi merebonding rambut. Mahasiswi merebonding rambut pada saat-saat tertentu juga mempertimbangkan kondisi finansial dalam merebonding rambut, dan merebonding rambut saat ini tidak selalu menjadi tren dalam berpenampilan. Hal ini dapat diasumsikan bahwa opini mahasiswi dalam merebonding tidak mutlak karena keinginan semata namun pada situasi dan kondisi tertentu dapat mengabaikan sifat emosionalnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores dalam merebonding rambut. Variabel gaya hidup menyumbang sebesar 52,8 persen dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi dalam merebonding rambut. Alasan merebonding dilatarbelakangi oleh faktor kesukaan/ketertarikan, mencoba sesuatu yang baru (nuansa kemewahan), meningkatkan *prestise dan image* dalam lingkungan kampus maupun di luar lingkungan kampus.

Saran

Dari hasil penelitian di atas, saran yang dapat disampaikan yakni gaya hidup tidak lagi berkutat pada kelas menengah atas semata namun sudah beralih pada lintas kelas. Maka dari itu alangkah baiknya mahasiswi Program Studi Pendidikan Ekonomi khususnya maupun mahasiswi Universitas Flores umumnya tidak saja menjadi masyarakat pesolek (*dandy society*) semata namun tetap mengedepankan aspek kualitas kompetensi sehingga dapat menjadi *agen of changes* yang sejati.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrean, Jhony. 2004. *Gaya Rambut Lurus*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
J Andrean - 2004 - books.google.com
- Anita, Saufika. Retnaningsih. Alfiasari. 2012. "Gaya Hidup dan Kebiasaan Makan Mahasiswa". *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*. 157-165. http://ikk.fema.ipb.ac.id/v2/images/jikk/v5n2_7.pdf
- Astuti, Dwi, Endang. 2013. "Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah

- Tangga di Kota Samarinda". eJournal Psikologi, Volume 1, Nomor 2, 2013. ED Astuti - E-Jurnal Psikologi, 2013 - ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id
- Azwar, Elfi. 2013. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Batik di Kota Padang". Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Volume 1, Nomor 1. E Azwar - Manajemen S-1, 2013 - journal.fekon.unand.ac.id
- Bernard, T. Wijaya. 2009. *Lifestyle Marketing Servlist*. Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Beyth-Marom, R., Austin, L., Fischhoff, B., Palmgren, C., & Jacobs-Quadrel, M. 1993. *Perceived Consequences of Risky Behaviors: Adults and adolescents*. *Journal of Developmental Psychology*, 29(3), 549-563
- Diesta. 2002. Konvensional, Inovatif, dan Deviance Motor Gaya Hidup Otomotif. PT. Gramedia: Jakarta.
- Eka, Fitri, Haspari dan Sri Dwiyantri. 2017. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Meluruskan Rambut Dengan Teknik *Colour Reflection on Rebonding* (Rebonding Warna) di Salon Kecamatan Jombang Kebuapaten Jombang". eJournal Tata Rias, Volume 6, Nomor 1, 2017. EKA FITRI HAPSARI - Jurnal Tata Rias, 2016 - jurnalmahasiswa.unesa.ac.id
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. 1994. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1. Binarupa aksara: Jakarta.
- Fudyartana, Ki. 2012. *Psikologi Perkembangan*. Pustaka Pelajar: Jogjakarta.
- Kanserina, Dias. 2015. "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015". Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA, Volume 5, Nomor 1: <https://ejournal.undiksha.sc.id/index.php/JJPE/article/view/5213>
- Mangkunegara. 2009. *Perilaku Konsumen*. Refika Aditama: Bandung.
- Narwoko, J. Dwi dan Suyanto, Bagong. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Prenada Media: Jakarta.
- Rebita, A. Fitriyanti. 2010. "Perilaku Perempuan Pelaku Rebonding Rambut Dalam Kaitannya Dengan Stratifikasi Sosial". Skripsi. <https://eprints.uns.ac.id/id/eprint/110598>
- Sekaran, Uma. 1992. *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*. Edition. John Wiley and Sons: New York.
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Prenada Media Group: Jakarta.
- Soeratno, dkk. 2003. *Ekonomi Mikro Pengantar*, Edisi 2. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung.
- _____. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- _____. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

- . 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sumartono. 2002. "Terperangkap dalam Iklan (*Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*)". Alfabeta: Bandung.
- Suryati, Yeni. 2007. "Hubungan Antara Merebonding Rambut Dengan Kepercayaan Diri Siswa SMK PGRI 6 Malang". Skripsi. etheses.uin-malang.ac.id/8578/1/02410053.pdf
- Susanto, Angga Sandy. 2013. "Membuat Segmentasi Berdasarkan *Life Style* (Gaya Hidup)". *Jurnal JIBEKA*, Volume 7, Nomor 2, Agustus 2013: http://lp3m.asia.ac.id/wp-content/uploads/2013/08/Angga-Sandy_Membuat-segmentasi-berdasarkan-Gaya-Hidup-Life-Style.pdf
- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana.
- Wahyudi. 2013. "Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza". *eJournal Sosiologi*, Volume 1, Nomor 4, 2013, 26-36. <http://ejournal.sos.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/Jurnal%20wahyudi%20PDF%20%2811-07-13-07-45-39%29.pdf>.