

## Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa

Theodorus Mawo✉, Partono Thomas, St. Sunarto

Prodi Pendidikan Ekonomi, Pascasarjana Universitas Negeri Semarang, Indonesia.

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*  
Diterima 24 Maret 2017  
Disetujui 20 Mei 2017  
Dipublikasikan 2 Juni 2017

*Keywords:*  
*Consumer Behavior;*  
*Culture; Financial*  
*Literacy; Self Concept;*

### Abstrak

Perilaku konsumtif adalah segala kegiatan yang berkaitan dengan tindakan manusia dalam mengkonsumsi suatu barang tanpa didasarkan pada pertimbangan kebutuhan melainkan lebih pada pertimbangan pemuasan diri atau keinginan. Perilaku konsumtif yang mengutamakan pertimbangan pemuasan diri atau keinginan merupakan perilaku konsumtif yang irasional dan sebaiknya dihindari. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor literasi keuangan, konsep diri dan budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan, konsep diri dan budaya baik secara parsial maupun secara simultan. terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Penelitian ini dilakukan pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Populasi dalam penelitian ini 952 siswa, sampel sebanyak 282 siswa, dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, dan melalui metode proportional stratified cluster random sampling. Variabel bebas terdiri dari literasi keuangan, konsep diri dan budaya. Sedangkan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner, teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan konsep diri dan budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan, konsep diri, dan budaya secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu disarankan agar sekolah sebaiknya memberikan pelajaran bagaimana cara mengatur keuangan yang baik sehingga siswa memiliki perilaku konsumtif yang baik. Selain itu orang tua dapat mengajarkan kebiasaan-kebiasaan yang produktif dalam membelanjakan uangnya sebagai upaya untuk memperbaiki perilaku konsumtif anak.

### Abstract

*Consumer behavior are all activities related to human action in consuming goods without consideration of the needs is based on considerations but rather on self-gratification or desire. Consideration of consumer behavior that promotes self-satisfaction or desire an irrational consumer behavior and should be avoided. Consumer behavior is influenced by factors of financial literacy, self-concept and culture. This study aims to determine the effect of financial literacy, self-concept and culture of both partially and simultaneously. the consumer behavior in students of SMAN 1 Kota Bajawa. Research was conducted on students of SMAN 1 Kota Bajawa. The population in this study 952 students, a sample of 282 students, is calculated using the formula Slovin, and through the proportional method stratified cluster random sampling. The independent variables consist of financial literacy, self-concept and culture. The dependent variable is the consumer behavior. Questionnaire data collection techniques, data analysis techniques using multiple regression analysis. The results showed that financial literacy negatively affect consumer behavior. While the concept of self and culture positive and significant impact on consumer behavior. Financial literacy, self-concept, and culture together influence on consumer behavior. Therefore, it is suggested that schools should provide lessons how to manage finances well so that students have a good consumer behavior. Additionally parents can teach productive habits in spending money in an effort to improve consumer behavior of children..*

© 2017 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Kampus Unnes Kelud Utara III, Semarang, 50237, Indonesia.

E-mail: [Theodorus.mawo@yahoo.co.id](mailto:Theodorus.mawo@yahoo.co.id)

[p-ISSN 2301-7341](https://doi.org/10.24054/jee.v6i1.12345)

[e-ISSN 2502-4485](https://doi.org/10.24054/jee.v6i1.12345)

## PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia dalam melakukan konsumsi yang tiada batas, atau membeli sesuatu barang secara berlebihan dan tak terencana dengan baik. Menurut Imawati, dkk (2013). Perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang masyarakat berlimpah. Dengan begitu masyarakat mudah tertarik untuk mengkonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada, hal ini apabila tidak dikontrol maka bukan tidak mungkin pola konsumsi akan menjadi budaya dan meningkat. Bagi para pelaku bisnis dan importir, perilaku konsumtif ini seperti tambang emas yang tidak habis digali. Hal ini menjadi lebih buruk ketika mewabah di negara – negara dunia ketiga, negara – negara yang baru berkembang seperti Indonesia. Ini ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan semacam *shopping mall*, industri mode, kawasan hunian mewah, kesukaan terhadap merk asing, makanan serba instan (*fast food*), telepon seluler dan lain sebagainya. Dengan demikian, masyarakat akan terkondisikan untuk bergantung terhadap semua fasilitas yang disediakan. Ini menjadi lebih buruk ketika perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, tetapi juga terjadi pada remaja.

Perilaku konsumtif yang berlebihan banyak dijumpai pada usia remaja. Pernyataan ini didukung dengan pendapat Sumartono (2008) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Perilaku konsumtif irasional pada siswa SMA yaitu perilaku mengkonsumsi jajanan (makan dan minum), *shopping*, isi pulsa, jalan-jalan dan kebutuhan tak terduga lainnya. Hal ini didukung dengan pendapat dari Andhika (2009) yang menyatakan bahwa “kebiasaan mengkonsumsi jajanan, *shopping*, nonton bioskop dan lain-lain sangat populer dikalangan anak-anak sekolah. Kebiasaan tersebut sangat sulit untuk dihilangkan”. Siswa cenderung menghabiskan uang saku yang diberikan orang tua untuk mengkonsumsi jajanan, *shopping* dan nonton bioskop.

Pada siswa Sekolah Menengah Atas seperti pada siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Kota Bajawa, walaupun sudah mendapatkan pengetahuan keuangan yang sudah diajarkan oleh orang tua, sekolah dan lingkungan sekitarnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Siswa SMAN 1 Bajawa tetap menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis tentang besaran uang saku yang diterima oleh siswa SMAN 1 Bajawa dari orang tua yang digunakan untuk konsumsi. Berdasarkan hasil observasi awal pada siswa di SMAN 1 kota Bajawa ditemukan bahwa uang saku siswa lebih banyak digunakan untuk konsumsi jajanan, *shopping*, jalan-jalan, dan lain-lain, dari pada digunakan untuk ditabung (simpanan). Dari 15 responden yang diobservasi, jumlah responden yang menghabiskan uang saku untuk jajanan, *shopping* dan jalan-jalan, yaitu ada 12 responden atau 80%. Sedangkan yang memanfaatkan uang untuk ditabung hanya 3 responden atau 20% dari jumlah keseluruhan responden yang diobservasi. Hal ini menunjukkan terjadinya kesenjangan antara harapan dan kenyataan atau *phenomena gap*. Dimana berdasarkan teori “General Theory” dari John Maynard Keynes menyatakan bahwa manusia sudah pasti secara alamiah berdasarkan rata-rata, untuk meningkatkan konsumsi ketika pendapatan mereka naik, tetapi tidak sebanyak kenaikan pendapatan mereka. “Artinya ketika orang-orang menerima dolar ekstra (uang) ia biasanya digunakan mengkonsumsi sebagian dan menabung se-bagian” (Mankiw, 2007). Namun kenyataan yang terjadi, siswa lebih banyak menghabiskan atau membelanjakan uang untuk hal-hal yang bersifat pemenuhan keinginan seperti *shopping*, main game dan jalan-jalan dari pada untuk menabung. Berdasarkan *phenomena gap* ini, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif siswa di SMAN 1 Kota Bajawa.

Berdasarkan masalah yang diuraikan di atas maka penulis dapat merumuskan masalah (1) adakah pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa? (2) adakah pengaruh literasi keuangan, konsep diri

dan budaya secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa? Berdasarkan permasalahan penelitian maka tujuan penelitiannya adalah (1) untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa. (2) untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Sedangkan manfaat teoritisnya diharapkan dapat menambah ilmu penge-tahuan dalam bidang pengetahuan ekonomi pada siswa SMAN 1 Bajawa di Kabupaten Ngada. Sementara itu manfaat praktisnya memberikan sumbangan bagi Guru-Guru Ekonomi SMAN 1 Kota Bajawa untuk me-lakukan pembelajaran pada Kompetensi Dasar tentang (memahami perilaku konsumen serta peranannya dalam kegiatan ekonomi) yang berpedoman pada sikap dan perilaku siswa dalam upaya untuk me-ngurangi perilaku konsumerisme pada Siswa SMAN Kota Bajawa.

## METODE

Desain penelitian ini tergolong ke dalam suatu penelitian kausal. Hasil dari penelitian ini lebih banyak menggunakan angka-angka sehingga pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah meng-gunakan metode kuantitatif dengan meng-gunakan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda di-gunakan untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari (1) variabel literasi keuangan dengan indikator (a) pe-ngelolaan, (b) pengetahuan, dan (c) ke-terampilan. (2) variabel konsep diri dengan indikator (a) *Actual self-concept* (b) *Ideal self-concept* (c) *Private self-concept* (d) *Social self-concept*. (3) variabel budaya dengan indikator (a) nilai, (b) norma, dan (c) kebiasaan. Variabel ter-ikat yaitu perilaku konsumtif dengan indikator (a) mendapatkan (b) meng-konsumsi. Metode pengumpulan data dengan menggunakan angket atau kuisioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMAN 1 Bajawa jurusan IPA, IPS dan Bahasa di Kabupaten Ngada sebanyak 952 orang dan tersebar dari se-tiap kelas yaitu X, XI, dan

XII. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 282 orang, didapat dengan menggunakan rumus Slovin yaitu

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

### Keterangan:

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

e = tingkat kesalahan dalam meraih anggota sample yang ditolerir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 5%).

$$n = \frac{952}{1 + 952 \times (0,05)^2} = 281,65 = 282$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif dapat disajikan dalam tabel 1:

**Tabel 1.** Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	282	36.00	60.00	46.6773	4.89303
Konsep Diri	282	57.00	105.00	81.8901	5.82594
Budaya	282	61.00	91.00	76.5071	5.63242
Perilaku Konsumtif	282	34.00	53.00	42.9858	3.17796

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam pe-nelitian ini (N) adalah 282 responden yang terdiri dari 4 variabel. Variabel literasi ke-uangan dengan jumlah 16 pernyataan me-miliki nilai terendah (minimum) adalah 36 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 60, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 46,68 dengan standar deviasi (tingkat sebar-an data) sebesar 4,89 yang jauh lebih

kecil jika dibandingkan dengan nilai mean. Artinya nilai mean merupakan representasi yang baik dari keseluruhan data. Variabel konsep diri dengan jumlah 22 pernyataan memiliki nilai terendah (minimum) adalah 57 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 105, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 81,89 dengan standar deviasi (tingkat sebaran data) sebesar 5,82 yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean. Artinya nilai mean merupakan representasi yang baik dari keseluruhan data. Variabel budaya dengan jumlah 19 pernyataan memiliki nilai terendah (minimum) adalah 61 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 91, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 76,50 dengan standar deviasi (tingkat sebaran data) sebesar 5,63 yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean. Artinya nilai mean merupakan representasi yang baik dari keseluruhan data. Variabel perilaku konsumtif budaya dengan jumlah 12 pernyataan memiliki nilai terendah (minimum) adalah 34 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 53, sedangkan nilai rata-rata (mean) sebesar 42,98 dengan standar deviasi (tingkat sebaran data) sebesar 3,18 yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai mean. Uji asumsi klasik yang dikaji dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolenieritas dan uji heterokedasitas.

#### 1. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Berdasarkan teori statistika model linier hanya residu dari variabel dependent Y yang wajib diuji normalitasnya, sedangkan variabel independent diasumsikan bukan fungsi distribusi (Ghozali, 2013). Hasil output pengujian normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai  $\text{sig } 0,419 = 0,419\% \geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Artinya variabel perilaku konsumtif ber-distribusi normal.

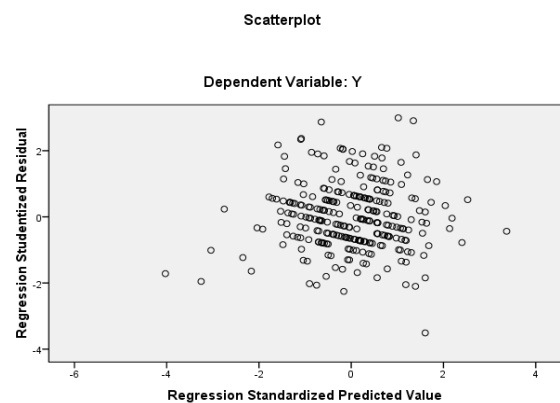
#### 2. Uji multikolenieritas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi di-temukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013). Hasil per-hitungan menggunakan program SPSS 16, diperoleh hasil untuk setiap variabel bebas mempunyai nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  yaitu  $X_1$  nilai tolerance = 0,932 dan VIF = 1,072,  $X_2$  nilai tolerance = 0,933 dan VIF =

1,072, dan  $X_3$  nilai tolerance = 0,872 dan VIF = 1,146. Jadi dapat di-simpulkan bahwa tidak ada multikolenieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

#### 3. Uji heterokedasitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan me-nguji apakah dalam regresi terjadi ke-tidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan pe-nyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik. Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y (Ghozali, 2013). Berikut hasil pengolahan menggunakan program SPSS 16:



Gambar 1. Diagram Scatter plot

Pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta ter-sebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat di-simpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 16 diperoleh hasil yaitu: (1). Koefisien  $X_1 = -0,084$  artinya jika variabel Literasi Keuangan meningkat sebesar 1 satuan sementara variabel lain tetap, maka perilaku konsumtif menurun -0,084 point. (2). Koefisien  $X_2 = 0,094$  artinya jika variabel konsep diri meningkat sebesar 1 satuan sementara variabel lain tetap, maka perilaku konsumtif meningkat 0,094 point. (3). Koefisien  $X_3 = 0,085$  artinya jika variabel budaya meningkat sebesar 1 satuan sementara variabel lain tetap, maka perilaku konsumtif meningkat 0,085 point.

Hasil uji simultan diperoleh nilai  $F = 9,668$  dan  $\text{sig} = 0,000 < 5\%$ . Ini berarti variabel independen Literasi Keuangan, konsep diri dan budaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dengan kata lain variabel-variabel independen Literasi Keuangan, konsep diri dan budaya benar-benar berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil Koefisien Determinasi Ganda ( $R^2$ ) diperoleh nilai Adjusted  $R^2 = 0,086 = 8,6\%$ . Hal ini berarti besarnya pengaruh Literasi Keuangan, konsep diri, dan budaya terhadap perilaku konsumtif adalah 8,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Hasil uji parsial (uji t) dengan menggunakan SPSS pada variabel ( $X_1$ ) Literasi Keuangan diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  bertanda negatif yaitu sebesar 2,181 dan  $\text{sig} = 0,030 = 3\% < 5\%$  jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel Literasi Keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada variabel ( $X_2$ ) Konsep diri diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}} = 2,921$  dan  $\text{sig} = 0,004 = 0,4\% < 5\%$  jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel Konsep diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada variabel ( $X_3$ ) budaya diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}} = 2,457$  dan  $\text{sig} = 0,015 = 1,5\% < 5\%$  jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel budaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) diketahui besarnya pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif adalah  $(-0,133)^2 = 1,77\%$ . Besarnya pengaruh Konsep diri terhadap perilaku konsumtif adalah  $0,173^2 = 2,99\%$ . Besarnya pengaruh budaya terhadap perilaku konsumtif adalah  $0,146^2 = 2,13\%$ .

#### **Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri, dan Budaya Terhadap Perilaku konsumtif**

Hasil penelitian menunjukkan secara simultan literasi keuangan, konsep diri dan budaya secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut secara simultan adalah 8,6%. Secara umum konsumen akan bertindak secara rasional dalam melakukan aktivitas ekonomi guna memperoleh keuntungan maksimum dari barang atau jasa (Kanuk, 2010).

#### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku konsumtif**

Literasi keuangan secara parsial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Besarnya pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumen adalah 1,77%.

#### **Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku konsumtif**

Hasil penelitian menunjukkan konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Besarnya pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumen adalah 2,99%. Konsep diri adalah persepsi seseorang terhadap dirinya yang meliputi kesehatan fisik, karakteristik lainnya seperti kekuatan, kejujuran, dan rasa humor dalam kaitannya dengan yang lain, dan bahkan diperluas meliputi kepemilikan barang-barang tertentu dan hasil karyanya Sumarwan (2014).

#### **Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumsi**

Hasil penelitian menunjukkan budaya berpengaruh terhadap perilaku konsumen siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Besarnya pengaruh budaya dengan perilaku konsumtif adalah 2,13%. Adanya pengaruh budaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa membuktikan kebenaran teori *anthropological theory*. *Anthropological Theory* menjelaskan memandang bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Pada konteks yang lebih luas lingkungan sosial yang mempengaruhi perilaku seseorang di dalamnya termasuk kebudayaan, subkultur, dan kelas sosial. Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen Menurut Bilson (2004).

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian Perilaku konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa, maka dapat disimpulkan untuk dapat memecahkan masalah dari perilaku siswa yang cenderung konsumtif maka, peneliti memberikan saran sebagai berikut: Indikator paling rendah dari

variabel literasi keuangan adalah indikator pengetahuan. Oleh karena itu sekolah se-baiknya mengajarkan kebiasaan-kebiasaan yang produktif dalam membelanjakan uangnya sebagai upaya untuk memperbaiki perilaku konsumtif siswa. Indikator paling rendah dari variabel konsep diri adalah indikator *ideal self-concept*. Oleh karena itu sebaiknya orang tua harus mampu me-nanamkan rasa percaya diri dan me-nanamkan rasa menghargai diri dengan apa-pun yang dimiliki oleh anak, agar tidak mudah terpengaruh oleh perilaku konsumtif anak-anak lain. Indikator paling rendah dari variabel budaya adalah indikator kebiasaan. Indikator paling rendah dari variabel perilaku konsumtif adalah indikator mendapatkan. Oleh karena itu orang tua sebaiknya meng-arahkan agar anak lebih mengutamakan mencari informasi atau usaha untuk men-dapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan menjauhi barang dan jasa yang bersifat pemenuhan keinginan. Agar mampu me-nekan perilaku konsumtif anak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bilson. S. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali. I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21 (Update PLS Regresi).
- Imawati, dkk. 2013. "Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMAN 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013". Jupe UNS. Vol. 2 No. 1 Hal. 48-58.
- Mankiw. N. G. 2007. "Makro Economic, Seventh Edition, United States Of Amercia: Worth Publishers.
- Schiffman. L. & Kanuk. L. L. 2010. Perilaku Konsumen. Jakarta : PT. INDEKS.
- Sumartono. (2008). Terperangkap dalam Iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sumarwan. 2014. Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran). Bogor: Ghalia Indonesia.