

**ANALISIS PENGARUH MINAT, GAYA HIDUP,
PENGENDALIAN DIRI, DAN PERENCANAAN TERHADAP
PRODUK FASHION PADA PRIA METROSEKSUAL (STUDI
PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : Faisal Fadli

Nim : 2018120227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2022**

**ANALISIS PENGARUH MINAT, GAYA HIDUP,
PENGENDALIAN DIRI, DAN PERENCANAAN TERHADAP
PRODUK FASHION PADA PRIA METROSEKSUAL (STUDI
PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG)**

Faisal Fadli⁽¹⁾

Dr. Budi Prihatminingtyas, M.A.B⁽²⁾, Warter Agustim, SE., MM⁽³⁾

⁽¹⁾Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

⁽²⁾⁽³⁾Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Email: fadlifasal0@gmail.com

RINGKASAN

Seiring dengan perkembangan zaman, terjadi pergeseran dalam penggunaan produk fashion, jika sebelumnya hanya kaum wanita yang memperhatikan penampilan, namun saat ini pria juga menjadikan fashion sebagai gaya hidup modern. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh minat, gaya hidup, pengendalian diri, dan perencanaan untuk produk fashion studi kasus pada mahasiswa metroseksual baik secara parsial maupun simultan yang dilakukan pada mahasiswa di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil regresi linier berganda didapatkan koefisien regresi positif untuk variabel minat, gaya hidup, dan perencanaan, sedangkan koefisien regresi negatif untuk variabel pengendalian diri. Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627. Hasil pengujian hipotesis uji t didapatkan hasil secara parsial variabel minat beli, gaya hidup, dan pengendalian berpengaruh signifikan terhadap produk fashion, sedangkan variabel perencanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap produk fashion. Selanjutnya pengujian hipotesis F didapatkan hasil bahwa secara simultan variabel minat beli, gaya hidup, pengendalian diri, dan perencanaan berpengaruh signifikan terhadap produk fashion pada pria metroseksual (studi pada mahasiswa di Kota Malang). Diharapkan kepada pria metroseksual dalam menggunakan produk fashion dapat memperhatikan faktor kenyamanan, kecocokan produk tersebut dengan karakter, jenis kulit, dan sebagainya.

Kata Kunci: Fashion, Gaya Hidup, Minat Beli, Pengendalian Diri, Perencanaan, Pria Metroseksual.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Latihan merupakan sosok vital daya tahan manusia. Siklus pembelajaran tidak dapat dipisahkan dari pembelajaran dengan alasan bahwa tanpa pembelajaran berada di luar ranah kemungkinan bagi orang untuk menumbuhkan minat, bakat, dan tujuan yang sesuai dengan kapasitasnya. Perkembangan alam semesta pengajaran saat ini didelegasikan pada keadaan tingkat tinggi dimana tidak hanya dilihat dari bagaimana seorang pendidik memindahkan informasi yang dimilikinya juga bagaimana siswa dapat menerima informasi yang diberikan. Bidang pengajaran juga telah berubah menjadi bidang untuk kontes, hal ini karena semakin banyak perguruan tinggi mulai menawarkan berbagai jenis bantuan untuk mahasiswa dan mahasiswa yang akan datang, dengan tujuan perguruan tinggi ini memiliki pilihan untuk menang. pihak oposisi (Nurnida dan Jennifer, 2018).

Yayasan pendidikan adalah asosiasi publik untuk memiliki opsi untuk menawarkan jenis bantuan yang berkualitas, penting untuk mengubah aset yang mereka miliki, melalui pengembangan lebih lanjut perangkat bantuan dan meningkatkan pekerjaan administrasi yang ada. Langkah-langkah yang harus diambil oleh yayasan edukatif untuk lebih mengembangkan promosi memiliki pilihan untuk meningkatkan kapasitas SDM mereka (Rinala Nyoman d.k.k , 2018).

Pemasaran dapat diartikan kegiatan yang sudah terencana dengan baik, yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi dalam upaya memenuhi

permintaan pasar. Prinsip pemasaran menurut pendapat (Prihatiningtyas B, 2019) dalam upaya meningkatkan pendapatan bisnis, dengan adanya produk, promosi, penjualan, dan distribusi, atau barang yang ditawarkan, tujuan utama pemasaran untuk mendapat keuntungan dan memberikan keinginan atau kepuasan kepada konsumen. Sesuai (Prihatminingtyas B, 2019), Dalam melakukan setiap tindakan bisnis, loyalitas konsumen harus terus menerus menjadi suatu keharusan yang dapat menjadi fokus organisasi. Persaingan produk di Indonesia saat ini sudah sangat ketat, selain memperebutkan produk lokal, produk Indonesia harus mampu bersaing dengan produk asing (Prihatminingtyas B, 2015).

Tingkat pemenuhan siswa dengan alasan di mana mereka belajar harus menjadi perhatian, selanjutnya alasan dapat meningkatkan pemenuhan siswa dengan meningkatkan wawasan pembicaraan yang indah dan membatasi wawasan pembicaraan yang tidak diinginkan. Pemenuhan siswa dapat membuat ketergantungan atau keandalan dengan alasan yang memberikan kualitas yang dapat diterima (Ambartiasari, 2018).

Variabel utama yang dapat mempengaruhi pemenuhan pembelanjaan adalah minat. Minat diperoleh dari pengalaman yang berkembang dan sudut pandang yang membentuk wawasan. Pilihan pembelian pembelanja adalah pilihan yang diambil oleh pelanggan yang tertarik untuk membeli (Agustim, W. 2010). Ketertarikan ini menjadi inspirasi yang terus tersimpan dalam kepribadian pembeli dan berubah menjadi dorongan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang pembeli perlu memenuhi kebutuhannya akan

melengkapi apa yang ada dalam jiwanya. Dwi Susanti, (2017) Sungguh gambaran merek yang baik akan membentuk keangkuhan individu yang menimbulkan kesan kualitas suatu merek yang dengan demikian akan benar-benar ingin melakukan pembelian ulang. Pilihan pembelanja untuk membeli suatu barang tergantung pada minat. Dengan demikian, minat merupakan salah satu variabel yang solid dalam pemenuhan pembeli (Budiyanto dan Destilestari, 2018).

Variabel kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan pembeli adalah cara hidup. Sesuai (Lubis, Irawati, Karina, dan Sembiring, 2020:34) “cara hidup adalah contoh perilaku hidup seseorang, desain dalam berbelanja dan membagi waktu”. Cara hidup secara luas dicirikan sebagai, bagaimana seseorang hidup dalam menginvestasikan energinya (olahraga) apa yang mereka anggap penting dalam keadaan mereka saat ini (premium) dan pendapat mereka tentang diri mereka sendiri dan lingkungan umum mereka (penilaian).

Masalah gaya hidup berdasarkan hasil pengamatan dan pertemuan para dokter spesialis dengan beberapa mahasiswa di kota Malang harus dilihat sebagai latihan yang dilakukan oleh mahasiswa yang suka menghabiskan waktu luangnya dengan teman-teman di Bistro. Selain itu, siswa tertarik untuk menggunakan produk bermerek (pakaian, tas, sepatu, produk perawatan kecantikan, jam tangan, dan alat-alat) saat berada di dekatnya. Beberapa siswa juga memiliki penilaian bahwa mereka harus terlihat modern, yakin dengan penampilan mereka, dan berusaha mengejar arah saat ini untuk menjadi satu dengan teman dan iklim sosial mereka.

Komponen ketiga yang dapat mempengaruhi pemenuhan pembeli adalah keleluasaan. Menurut Bagas dan Endang, (2018) Ketenangan adalah pekerjaan individu untuk mengendalikan atau mengendalikan dirinya, yang dikenang karena salah satu kualitas karakter yang digerakkan oleh setiap orang yang dapat mempengaruhi orang tersebut untuk menggunakan atau membeli suatu barang seperti yang ditunjukkan oleh. Eksplorasi Bagas dan Endang (2018) yang mengungkapkan bahwa terdapat dampak negatif dari sikap tenang terhadap cara berperilaku destruktif, dimana peningkatan derajat kehati-hatian siswa akan menyebabkan berkurangnya tingkat perilaku kurang ajar siswa dalam mengkonsumsi suatu barang.

Gambar Keempat Menyusun dalam arti yang seluas-luasnya Menurut (Syafalevi 2019:28) menyusun dalam arti yang seluas-luasnya adalah suatu rangkaian latihan perencanaan secara metodis yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menyusun adalah suatu cara bagaimana mencapai tujuan serta dapat diharapkan dengan aset yang ada agar lebih menarik dan mahir. Menata adalah siklus konstan yang menggabungkan dua sudut pandang, khususnya mengatur definisi dan eksekusi. Pengaturan dapat digunakan untuk mengontrol dan menilai jalannya latihan, karena konsep pengaturan adalah untuk mengarahkan pelaksanaan latihan.

Variabel kelima Seperti yang ditunjukkan oleh Tjiptono (2018), pemenuhan pembeli adalah penilaian harga antara tampilan pameran barang pilihan atau administrasi yang diputuskan untuk memenuhi atau memenuhi asumsi. Jika kesan eksekusi tidak sesuai dengan asumsi, yang terjadi adalah

kekecewaan. Salah satu unsur yang menentukan loyalitas konsumen adalah wawasan. Pengertian loyalitas konsumen menurut Ali Hasan (2018:150) kepuasan pembeli adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah melihat pameran (konsekuensi) dari barang yang dipikirkan. ke presentasi normal (hasil).

Jika dilihat dari sudut pandang dan pertemuan para dokter spesialis dengan beberapa mahasiswa metroseksual laki-laki di kota Malang, sangat terlihat bahwa mahasiswa kurang cerdas dalam mengontrol pilihan yang mereka buat (decisional control). Siswa lebih sering membeli produk untuk memuaskan keinginan bukan karena kebutuhan pokok, terutama seperti berbelanja karena dibatasi oleh batasan.

Atas dasar itulah, sang kreator tertarik untuk membuat review yang berjudul Pengaruh Minat, Gaya Hidup, Pengendalian Diri, Dan Perencanaan Terhadap Produk Fashion Pada Pria Metroseksual

1.2 Perumusan Masalah

Melalui latar belakang yang sudah dideskripsikan terdapat beberapa rumusan masalah pada riset ini yaitu :

1. Bagaimana minat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Produk Fashion Pria Metroseksual Mahasiswa Kota Malang?
2. Bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Fashion Pria Metroseksual Mahasiswa Kota Malang?
3. Bagaimana pengendalian diri berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Fashion Pria Metroseksual Mahasiswa Kota Malang?

4. Bagaimana perencanaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Fashion Pria Metroseksual Mahasiswa Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Riset berikut mempunyai tujuan ialah :

1. Untuk menganalisis pengaruh minat terhadap kepuasan konsumen produk Fashion Pria Metroseksual Mahasiswa kota Malang
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap kepuasan konsumen produk Fashion Pria Metroseksual Mahasiswa kota Malang
3. Untuk menganalisis pengaruh pengendalian diri terhadap kepuasan konsumen produk Fashion Pria Metroseksual Mahasiswa kota Malang
4. Untuk menganalisis pengaruh perencanaan terhadap kepuasan konsumen produk Fashion Pria Metroseksual Mahasiswa kota Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Riset ini memberikan manfaat dengan harapan bisa bisa berguna atau bisa bermanfaat untuk pihak yang lainnya, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a. Dapat memberikan informasi atau kontribusi yang bermanfaat kepada siswa untuk memanfaatkan kesempatan berkonsentrasi daripada mengikuti gaya hidup yang berlebihan
- b. Dapat menambah informasi dan informasi yang telah didapat di alamat-alamat ke dalam pelatihan, khususnya yang berhubungan dengan masalah eksplorasi ini.

- c. Dapat digunakan sebagai informasi dan data untuk perpustakaan UNITRI, karena kebanyakan dianggap biasa untuk membaca materi tentang penciptaan ilmu pengetahuan, serta semacam perspektif untuk spesialis tambahan.

2. Manfaat Universitas

Dapat digunakan sebagai informasi tambahan bagi orang-orang yang sedang melakukan pemeriksaan perbandingan dan dapat menjadi data yang dapat membantu untuk mengetahui sejauh mana Investigasi Dampak Pendapatan, Gaya Hidup, Kebijakan, dan Desain Antisipasi Pria Metroseksual item.

3. Manfaat praktis

Dapat digunakan sebagai informasi tambahan bagi orang-orang yang sedang melakukan eksplorasi komparatif dan dapat menjadi data yang dapat membantu untuk mengetahui sejauh mana Pemeriksaan Dampak Minat, Gaya Hidup, Ketenangan, dan Gaya Antisipasi Pria Metroseksual item

DAFTAR PUSTAKA

- Ambartiasari, G., Lubis, A. R., & Chan, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Fasilitas Kampus Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Kepada Loyalitas Mahasiswa Politeknik Indonesia Venezuela. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 8(3).
- Agustim, W. (2010), Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 6(3), 196-204.
- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian. *Indonesoan Indovisi Institute*, 1(Iii), 83–104. Diambil dari <http://journal.dosenindonesia.org>
- Basyir, Aszhar. 2019. Pengaruh Fashion Lifestyle Dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli (Studi terhadap Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 7 (3) : 564-570.
- Budiyanto, A., & Destilestari, D. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Smartphone Merek Samsung. *Albert*. 20(3), 79–101
- Dewi, Nurita dan Rusdarti, St. Sunarto. 2017. Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JEE* 6 (1). Page 29 – 35.
- Dwipayani, Ni Made., dan Rahyuda, Ketut. 2016. Pengaruh Sikap dan *Fashion Leadership* terhadap Niat Beli Online Remaja di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5 (6) : 3620-3646.
- Dian, S., 2008. Pola Prilaku Pembelian Fashion pada Konsumen Wanita (Sebuah Studi Kualitatif pada Mahasiswi FE UI dan Pengunjung Butik Nyla). *Jakarta: Fakultas Ekonomi, Departemen Manajemen, Universitas Indonesia*.
- Ela, Maksima, Budi Prihatminingtyas, and Anung Prasetyo Nugroho. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Grab Terhadap Kepuasan Konsumen Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang (Studi Pada Mahasiswa Manajemen

Angkatan 2016). Diss. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, 2020

Fattah, Fuad Abdul, Mintasih Indriayu dan Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*. 4(1): 11-21.

Fatmawati, Monika Ike Dwi. 2010. Alasan-Alasan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Skripsi, Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Tahun 2010*.

Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.

Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. Yogyakarta: Deepublish.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Indriyani, Ratih, and Atita Suri. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14.1 (2020): 25-34.

Indryo Gitosudarmo, 2018, 2 *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

Khotim Fadhli & Nia Dwi Pratiwi (2021) *pengaruh digital marketing, kualitas produk dan emosional terhadap kepuasan konsumen poskopi zio jombang*, Vol.2.

Khotimah, Husnul., Khafid, Muhammad., Pujiati, Amin. 2016. Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion melalui Minat Beli. *Journal of Economic Education (JEE)* 5 (2) : 110-121.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

Lubis Irawati, Karina, dan Sambiring. *Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee*. Diss. Prodi Manajemen, (2020.: 34)

- Minarti, Mega Sifti (2020) *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shopee*. Skripsi thesis, Prodi Manajemen.
- Manullang, Marihot dan Pakpahan, Manuntun. 2014. *Metodologi Penelitian (Proses Penelitian Praktis)*. Bandung: Citapustaka Media.
- Nurnida dan Jennifer "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN)." (2018).
- Neysa, Elva Rohmatin. 2019. Pengaruh Kontrol Diri dan Orientasi Fashion terhadap Pembelian Kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2019*.
- Nurwibowo, Rifqi Wildan., dan Indriani, Farida. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Produk Fashion Online Melalui Jejaring Sosial Instagram. *Diponegoro Journal Of Management* 6(2):1-9.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/17496/16748>.
- Ony, Johan Gunady. "Analisis Pengaruh Gaya Hidup Pria Metroseksual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion." *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 18.1 (2020): 1-22.
- Prihatmingtyas B. (2019). Etika bisnis suatu pendekatan dan aplikasinya terhadap stakeholder. Malang: CV IRDH. ISBN 976-602-0726-47-2. Email: buku.irdh@gmail.com
- Prihatminingtyas B. 2019. Pengaruh Modal, Lama usaha, Jam kerja dan Lokasi Usaha Terhadap pendapatan pedagang pasar landungsari. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* Vol.7, No.2, Desember 2019. Hal147-154. ISSN 2548-6152 (Online).ISSN 2089-0532 (Cetak).
- Prihatminingtyas, B. "THE BUSINESS OPPORTUNITY OF MICRO INDUSTRY OF CRISPY CHICKEN AND CRISPY SALTY FISH IN

MALANG CITY, INDONESIA-Artikel." *International Journal of Economic Commerce & Management* 3.2 (2015).

Mali, Paul. "Produktivitas dan manusia Indonesia." *Jakarta: Ghalia Indonesia* (2018).

Putri, A. (2020). *GAMBARAN FAKTOR KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP METODE CASE BASED LEARNING DALAM SMALL GROUP DISCUSSION DI PSKG FKIK UMY* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Rinala Nyoman d.k.k,2018. *KONSEP KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA KAMPUS TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MAHASISWA*. Global Aksara Pers.

Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1-9.

Susanti, Rizki Aprilia Dwi. "Brand image dan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk cream wajah garnier." *Jurnal eksekutif* 14.1 (2017).

Sri, Endang Indrawati dan Bagas Tripambudi. 2018. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*. Vol.7(2): 189

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

Sultana, Ariva. 2016. Hubungan *Self Control* dengan *Fashion Involvement* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2016.

Siregar, Sofyan. 2011. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Syafalevi. "Peran Badan Perencanaan Penelitian Dan Pengembangan (Bapelitbang) Dalam Penyusunan Rencana Kerja Pemerintah Daerah

(RKPD) di Kabupaten Minahasa Utara." *GOVERNANCE*. (2019:28)

Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145-155.

Tjiptono. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* (2018).

Wibowo, A. F., & Riyadi, E. S. H. (2017). Pengaruh gaya hidup, prestise dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Taiwan Tea House Semarang).