



# KARYA ILMIAH

## SMA KOLESE DE BRITTO



### Pengaruh Style Fashion Kekinian Terhadap Perilaku Konsumtif dan Pergaulan Sosial Siswa SMA Negeri Kelas 11 di Kota Yogyakarta

Mikhael Admajora D. P. <sup>a,1\*</sup>, Vincentius Ferrer T. A. <sup>b,2</sup>, Toribio de Magrovejo J. S. <sup>c,3</sup>, Pak Rio Prabowo, S.Pd (Pembimbing)

<sup>a</sup> SMA Kolese De Britto, Sleman dan Indonesia

<sup>1</sup> [17878@student.debritto.sch.id](mailto:17878@student.debritto.sch.id); [18014@student.debritto.sch.id](mailto:18014@student.debritto.sch.id); [17917@student.debritto.sch.id](mailto:17917@student.debritto.sch.id)

\*korespondensi penulis

---

#### Informasi artikel

##### Kata kunci:

Fashion Kekinian  
Perilaku Konsumtif  
Media Sosial  
Pergaulan Sosial  
Keberlanjutan

#### A B S T R A K

Penelitian ini membahas pengaruh style fashion kekinian terhadap perilaku konsumtif dan pergaulan sosial siswa kelas XI SMA Negeri di Yogyakarta. Remaja cenderung mengikuti tren fashion untuk diterima dalam kelompok sosial, dengan media sosial dan teman sebaya sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan kuesioner skala Likert yang disebarluaskan kepada siswa secara acak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas siswa sering membeli pakaian baru demi mengikuti tren, meskipun hal ini sering kali menyebabkan kesulitan dalam mengatur keuangan. Motivasi utama pembelian pakaian berasal dari diri sendiri, media sosial, dan pengaruh teman sebaya. Selain itu, fashion juga berperan dalam membentuk identitas diri dan status sosial siswa. Sebagian besar responden merasa bahwa memiliki gaya berpakaian yang sama dengan teman sebaya mempermudah pergaulan mereka. Namun, kesadaran siswa terhadap dampak lingkungan dari konsumsi fashion masih rendah. Penelitian ini menyoroti pentingnya edukasi dan kebijakan sekolah untuk meningkatkan kesadaran akan konsumsi yang lebih bijak dan berkelanjutan. Intervensi seperti kampanye kesadaran dan program edukasi dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan serta mendorong pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab di kalangan siswa.

---

##### Keywords:

Current Fashion  
Consumer Behavior  
Social Media  
Social Interaction  
Sustainability

#### A B S T R A C T

This study discusses the influence of current fashion styles on consumer behavior and social interactions of grade XI students of SMA Negeri in Yogyakarta. Teenagers tend to follow fashion trends to be accepted in social groups, with social media and peers as the main factors influencing their decisions. The research method used was quantitative with a Likert scale questionnaire distributed to students randomly. The results showed that the majority of students often buy new clothes to follow trends, although this often causes difficulties in managing finances. The main motivation for purchasing clothes comes from themselves, social media, and peer influence. In addition, fashion also plays a role in shaping students' self-identity and social status. Most respondents felt that having the same style of dress as their peers made it easier for them to socialize. However, students' awareness of the environmental impacts of fashion consumption is still low. This study highlights the importance of education and school policies to increase awareness of wiser and more sustainable consumption. Interventions such as awareness campaigns and educational programs can help reduce excessive consumer behavior and encourage more responsible consumption patterns among students.

---

## Pendahuluan

Fenomena fashion kekinian telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan remaja, khususnya di kalangan siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). Gaya berpakaian tidak hanya berfungsi sebagai sarana ekspresi diri, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk identitas sosial dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar. Perkembangan tren fashion yang pesat, didukung oleh media sosial dan industri fast fashion, telah menciptakan pola konsumsi yang semakin meningkat di kalangan remaja. Remaja cenderung membeli pakaian baru secara rutin untuk mengikuti tren terbaru, yang pada akhirnya dapat memicu perilaku konsumtif (Ramadhan, 2019).

Di Yogyakarta, kota yang dikenal sebagai pusat pendidikan dan kebudayaan, tren fashion ini tampak menonjol di kalangan siswa SMA. Banyak siswa merasa tekanan sosial untuk selalu tampil modis dan mengikuti perkembangan tren fashion, yang berdampak pada gaya hidup mereka. Dalam penelitian Pham Thi Thuy (2023), disebutkan bahwa Fear of Missing Out (FOMO) menjadi faktor utama yang mendorong remaja membeli produk fashion untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Remaja yang mengalami FOMO cenderung membeli lebih banyak barang daripada yang mereka butuhkan, sekadar untuk memenuhi ekspektasi sosial dan mendapatkan validasi dari teman sebaya.

Namun, di balik fenomena ini, terdapat dampak yang cukup signifikan, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam pengelolaan keuangan remaja, mengingat kebanyakan dari mereka masih bergantung pada uang saku yang diberikan oleh orang tua. Selain itu, keterikatan pada fashion kekinian juga dapat memengaruhi pola pergaulan sosial. Siswa cenderung membentuk kelompok sosial berdasarkan kesamaan gaya berpakaian, yang dapat menciptakan eksklusivitas dalam pergaulan dan memperkuat stratifikasi sosial di lingkungan sekolah (Tajfel, 1959).

Dalam konteks keberlanjutan, pola konsumsi fashion yang berlebihan juga berkontribusi pada permasalahan lingkungan. Konsep fast fashion, yang menawarkan pakaian murah dan cepat berganti tren, meningkatkan jumlah limbah tekstil dan eksploitasi sumber daya alam (Nidia &

Suhartini, 2020). Sayangnya, kesadaran remaja terhadap dampak lingkungan dari kebiasaan konsumtif ini masih tergolong rendah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fashion kekinian terhadap perilaku konsumtif dan pola pergaulan sosial siswa SMA, serta mengidentifikasi sejauh mana kesadaran mereka terhadap gaya hidup berkelanjutan.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan mengumpulkan data melalui survei kuesioner untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan pola pergaulan siswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dampak fashion kekinian terhadap kehidupan remaja serta mendorong upaya edukasi dan intervensi yang lebih efektif dalam membentuk gaya hidup yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

## Kajian Literatur

### 1. Style Fashion dan Identitas Sosial

Fashion tidak sekadar tentang pakaian, tetapi juga sebagai alat ekspresi diri dan identitas sosial. Menurut teori identitas sosial yang dikemukakan oleh Henri Tajfel (1959), individu cenderung mengelompokkan diri berdasarkan kesamaan tertentu, termasuk dalam gaya berpakaian. Remaja yang mengenakan fashion terkini cenderung merasa lebih diterima dalam kelompoknya, sementara mereka yang tidak mengikuti tren dapat merasa terisolasi.

Menurut Troxell dan Stone (1981), style dalam fashion bukan hanya tren yang bersifat sementara, tetapi juga mencerminkan nilai sosial dan budaya yang berkembang dalam masyarakat. Oleh karena itu, fashion dapat menjadi simbol status sosial yang membantu individu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

### 2. Konsumerisme di Kalangan Remaja

Konsumsi barang-barang fashion yang tidak berkelanjutan di kalangan remaja sering dikaitkan dengan konsep konsumerisme, yakni kecenderungan seseorang untuk membeli barang tanpa pertimbangan yang matang (Setiaji, 1995).

Thorstein Veblen dalam The Theory of the Leisure Class (1899) memperkenalkan konsep Veblen's Conspicuous Consumption, yang menjelaskan bahwa individu membeli barang-barang tertentu bukan hanya untuk kebutuhan fungsional, tetapi juga untuk

menunjukkan status sosial. Dalam konteks fashion, banyak remaja membeli pakaian mahal atau bermerek agar terlihat lebih “keren” dan diterima oleh kelompoknya.

Selain itu, Herbert Marcuse dalam kajian tentang konsumerisme masyarakat modern menyatakan bahwa budaya konsumtif tidak hanya didorong oleh kebutuhan nyata, tetapi juga oleh keinginan yang diciptakan oleh industri kapitalis melalui iklan dan media sosial. Ini menjelaskan mengapa remaja cenderung membeli pakaian baru meskipun mereka sebenarnya tidak membutuhkannya.

### 3. Pergaulan Sosial dan Media Sosial

Pergaulan sosial remaja juga sangat dipengaruhi oleh mode fashion yang mereka kenakan. Menurut George Herbert Mead dalam teorinya tentang interaksi simbolik, individu berusaha memahami diri mereka sendiri berdasarkan bagaimana orang lain mempersepsikan mereka. Dengan demikian, fashion menjadi sarana untuk memperoleh pengakuan sosial.

Selain interaksi langsung, media sosial juga memiliki peran besar dalam membentuk pola pergaulan remaja. Studi oleh Pham Thi Thuy (2023) tentang The Fear of Missing Out (FOMO) menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan dorongan konsumtif karena remaja ingin selalu tampil "up to date" dengan tren terkini. Ini memperkuat tekanan sosial untuk mengikuti mode fashion yang sedang populer..

## Metode Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan siswa kelas XI SMA Negeri di Yogyakarta, berusia 15-18 tahun. Subjek dipilih karena mereka rentan terhadap pengaruh fashion kekinian. Teknik random sampling digunakan dengan 9-10 siswa dari setiap sekolah, total sekitar 100 responden.

### 2. Objek Penelitian

Fokus penelitian adalah pengaruh fashion kekinian terhadap perilaku konsumtif dan pergaulan sosial siswa. Penelitian juga mengukur dampak tren fashion terhadap kesadaran siswa tentang gaya hidup berkelanjutan.

### 3. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan di SMA Negeri wilayah urban Yogyakarta, dengan akses tinggi terhadap media sosial dan tren fashion. Faktor sosial, seperti tekanan teman sebaya dan media, juga diperhitungkan.

### 4. Jenis Penelitian

Metode kuantitatif digunakan dengan survei berbasis kuesioner skala Likert. Data dianalisis secara statistik untuk mengukur korelasi antara fashion kekinian dan perilaku konsumtif siswa.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan secara online kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta.

### 6. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan korelasi untuk memahami pola konsumtif siswa serta dampaknya terhadap pergaulan sosial.

### 7. Prosedur Penelitian

- a) Menyusun pertanyaan terkait fashion kekinian dan konsumsi siswa.
- b) Menyajikan pertanyaan dalam Google Form.
- c) Menghubungi dan meminta izin sekolah untuk distribusi survei.
- d) Menyebarluaskan kuesioner ke siswa dan meminta mereka membagikannya ke teman sekolah

## Hasil

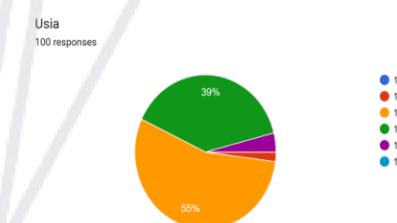


Diagram 4.1 berisi hasil survei yang dibagikan kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Survei tersebut menanyakan usia siswa.

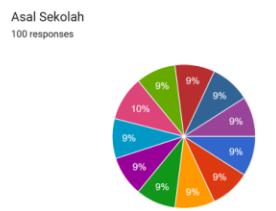


Diagram 4.2 menunjukkan data dari asal sekolah para responden. Sekolah yang tertera mencakup sekolah negeri menengah 1 - 8 atas di Yogyakarta.



Diagram 4.3 menunjukkan data dari uang saku dalam satu bulan pada responden.



Diagram 4.4 menunjukkan data dari pengeluaran per minggu responden.

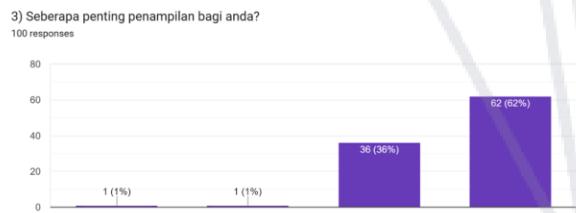


Diagram 4.5 diatas menunjukkan data dari seberapa penting penampilan bagi responden.



Diagram 4.6 diatas menunjukkan data dari intensitas responden mengeluarkan uang untuk membeli pakaian terbaru.

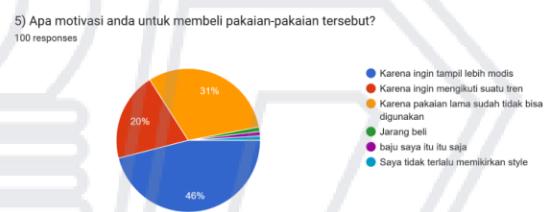


Diagram 4.7 menunjukkan motivasi para pelajar membeli pakaian



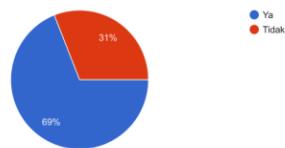
Diagram 4.8 berisi hasil survei yang dibagikan kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Survei tersebut menanyakan asal motivasi siswa untuk membeli pakaian baru.



Diagram 4.9 berisi hasil survei yang dibagikan kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Survei tersebut menanyakan apakah mereka sering membeli barang yang tidak mereka butuhkan

8) Apakah anda merasa kesulitan mengatur keuangan karena terlalu sering membeli pakaian?

100 responses



12) Apakah dengan gaya berpakaian anda memudahkan anda untuk bergaul dengan teman-teman yang gaya berpakaian yang sama di sekolah anda?

100 responses

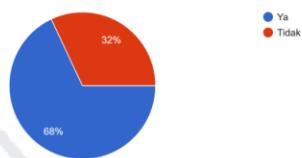


Diagram 4.10 berisi hasil survei yang dibagikan kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Survei tersebut menanyakan kesulitan siswa mengatur uang

9) Seberapa sering anda merasa kesulitan mengatur keuangan karena terlalu sering membeli pakaian?

100 responses

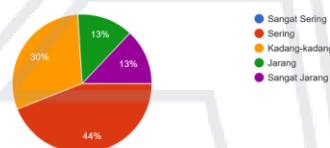


Diagram 4.11 berisi hasil survei yang dibagikan kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Survei tersebut menanyakan seberapa sering siswa kesulitan mengatur uang

10) Apakah fashion bisa menjadi alat untuk menunjukkan status sosial anda?

100 responses

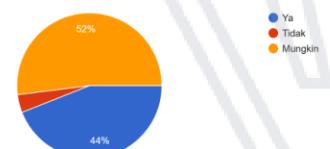


Diagram 4.12 berisi hasil survei yang dibagikan kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Survei tersebut menanyakan apakah fashion menjadi alat untuk menunjukkan status sosial

11) Apakah gaya berpakaian anda mencerminkan identitas diri anda?

100 responses

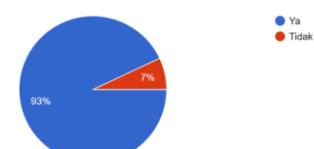


Diagram 4.13 berisi hasil survei yang dibagikan kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Survei tersebut menanyakan apakah gaya berpakaian mencerminkan identitas siswa

Diagram 4.14 berisi hasil survei yang dibagikan kepada siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Survei tersebut menanyakan apakah gaya berpakaian memudahkan bergaul dengan teman

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif yang telah dilakukan, ditemukan beberapa temuan menarik terkait dampak style fashion kekinian terhadap perilaku konsumtif dan pola pergaulan sosial siswa SMA Negeri kelas 11 di Kota Yogyakarta. Analisis ini menggunakan metode deskriptif untuk menginterpretasikan data yang diperoleh dari kuesioner. Pembahasan berikut akan berfokus pada pengujian hipotesis penelitian dan interpretasi hasil statistik.

Dari data yang diperoleh, mayoritas responden berusia 16 dan 17 tahun, yang mengindikasikan bahwa penelitian ini menargetkan siswa kelas 11 SMA Negeri di Yogyakarta. Distribusi responden yang merata di berbagai sekolah menunjukkan bahwa sampel yang digunakan cukup representatif dan dapat menggambarkan tren konsumsi serta pola pergaulan sosial secara lebih luas.

Mayoritas responden memiliki uang saku bulanan dalam rentang Rp 600.000,00 hingga Rp 900.000,00, bahkan ada yang melebihi Rp 1.000.000,00. Dengan alokasi pengeluaran mingguan antara Rp 100.000,00 hingga Rp 200.000,00 atau lebih, sebagian besar dari mereka memiliki cukup dana untuk mengikuti tren fashion terkini. Selain itu, mayoritas responden menganggap penampilan sebagai faktor penting dalam kehidupan sehari-hari, yang menjadi pendorong utama dalam keputusan mereka untuk membeli pakaian baru. Hal ini menunjukkan bahwa FOMO (Fear of Missing Out) terhadap tren fashion sangat mempengaruhi gaya hidup konsumtif remaja saat ini.

Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi kuat antara gaya hidup kekinian dan perilaku konsumtif, terutama dalam pembelian pakaian. Sebagian besar responden mengaku membeli pakaian baru bukan hanya karena kebutuhan, tetapi untuk mengikuti tren fashion terkini dan meningkatkan penampilan mereka. Faktor sosial seperti media sosial dan pengaruh teman sebaya juga menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian pakaian.

Teori Veblen's Conspicuous Consumption yang dikemukakan oleh Thorstein Veblen menjelaskan bahwa individu membeli barang-barang tertentu untuk menunjukkan status sosial mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori tersebut, di mana remaja membeli pakaian baru bukan hanya karena kebutuhan fungsional tetapi juga sebagai simbol status dalam lingkungan sosial mereka. Selain itu, pola hidup konsumtif yang dijelaskan oleh Herbert Marcuse juga terlihat dalam penelitian ini, di mana remaja secara terus-menerus terdorong untuk mengkonsumsi tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang.

Sebagian besar responden juga mengakui bahwa pembelian pakaian baru sering kali mendorong mereka untuk membeli barang-barang lain yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Hal ini memperkuat bukti bahwa perilaku konsumtif mereka bukan hanya didorong oleh kebutuhan tetapi juga faktor psikologis dan sosial, seperti tekanan lingkungan dan media sosial. Selain itu, kesulitan dalam mengatur keuangan juga menjadi dampak yang dirasakan oleh sebagian besar responden akibat pola konsumtif ini.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan korelasi kuat antara gaya hidup kekinian dan perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Yogyakarta. Dorongan untuk terus mengikuti tren fashion, tekanan sosial dari lingkungan, serta pengaruh media sosial telah membentuk pola konsumsi yang cenderung berlebihan. Selain mempengaruhi kondisi finansial, perilaku ini juga berdampak pada lingkungan akibat meningkatnya konsumsi produk fashion yang sering kali tidak berkelanjutan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa style fashion memiliki peran penting dalam membentuk pola pergaulan sosial di kalangan

remaja. Mayoritas responden percaya bahwa fashion dapat menjadi alat untuk menunjukkan status sosial, serta mencerminkan identitas diri mereka. Hal ini sesuai dengan teori Identitas Sosial dari Henri Tajfel, yang menyatakan bahwa individu cenderung mengelompokkan diri dengan orang-orang yang memiliki kesamaan nilai dan identitas.

Kesamaan dalam gaya berpakaian juga terbukti mempermudah remaja untuk bergaul dengan teman-teman sebaya mereka di sekolah. Remaja yang memiliki style fashion yang serupa cenderung lebih mudah diterima dalam kelompok sosial tertentu. Namun, hal ini juga dapat menciptakan eksklusivitas dalam pergaulan, di mana individu yang tidak mengikuti tren tertentu dapat merasa terisolasi dari kelompok sosial tertentu.

Analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara style fashion dengan pola pergaulan sosial siswa SMA. Meskipun fashion menjadi alat ekspresi diri yang penting dalam membangun identitas sosial, fokus yang berlebihan pada tren fashion dapat mengurangi kesadaran pelajar terhadap gaya hidup berkelanjutan. Banyak siswa yang lebih mengutamakan tren dibandingkan mempertimbangkan dampak lingkungan dari pilihan fashion mereka. Oleh karena itu, perlu ada upaya lebih lanjut untuk meningkatkan kesadaran remaja tentang pentingnya gaya hidup yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

## Simpulan

Penelitian ini mengungkap hubungan erat antara gaya hidup kekinian, perilaku konsumtif, dan pergaulan sosial remaja, khususnya dalam pembelian pakaian. Mayoritas responden rutin membeli pakaian baru untuk meningkatkan penampilan dan diterima dalam kelompok sosial. Media sosial dan teman sebaya berperan besar dalam membentuk budaya konsumtif ini.

Remaja terus-menerus terpapar iklan dan gaya hidup mewah di media sosial, sementara tekanan teman sebaya semakin memperkuat tren konsumtif. Fenomena ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh sosial dalam membentuk identitas diri dan pola konsumsi remaja.

Penelitian ini menyoroti perlunya kesadaran individu dalam menghindari pembelian impulsif dan pentingnya upaya kolektif untuk menciptakan lingkungan yang lebih berkelanjutan. Industri fashion juga harus berperan dalam memproduksi produk yang lebih ramah lingkungan guna mengurangi dampak negatif dari konsumsi berlebihan.

### Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua orang yang telah membantu dalam proses pembuatan karya ilmiah ini. Terimakasih terkhusus kepada Bapak FX. Catur Supatmono, S.Pd., M.Pd. Selaku kepala Sekolah SMA Kolese De Britto, Pak Rio Prabowo, S.Pd. Selaku pembimbing makalah, Bapak Nova Tri Utomo, Bapak D. Pujiyono, dan Ibu Parmamita Suryaningrum, selaku Koordinator Karya Ilmiah 2024-2025, yang merancang proyek ini.

### Referensi

- Dr. Wahidmurni, M. (2017). PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUANTITATIF. 1-16.
- Hendariningrum, R. (2008). FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI. Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta", 6(2), 25-32.
- Lalitamanik, R., Dra. Apriatai EP, M., & Reni Shinta Dewi, S. (2014). "PENGARUH ACTIVITY, INTEREST, OPINION (AIO) DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON FILM DI BIOSKOP E-PLAZA SEMARANG. DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE, 1-10.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN REMAJA. JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia), 2(2), 1-6.
- Maria, A. (2018). GAYA KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI TERHADAP PRESTASI KERJA DINAS KOPERASI, UKM, SERTA PERDAGANGAN PROVINSI DKI JAKARTA. Fundamental Management Journal, 3(1), 91-100.
- Nidia, C., & Suhartini, R. (2020). DAMPAK FAST FASHION DAN PERAN DESAINER DALAM MENCiptakan SUSTAINABLE FASHION. 9(2), 157-166.
- Octaviana, R. (2020). KONSUMERISME MASYARAKAT MODERN. JAQFI: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam, 5(1), 121-133.
- Thuy, P. T., Huong, N. T., & Lan, D. T. (2023, 10 10). The Impact of the Fear of Missing Out on Purchasing Trendy Fashion. International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies, 3(5), 1240-1249.
- Tyaswara, B., Taufik, R. R., Suhadi, M., & Danyati, R. (2017). PEMAKNAAN TERHADAP FASHION STYLE REMAJA. Jurnal Komunikasi, 8(3), 293-297.
- Wibisono, M. D., & Musdalifah. (2020). PENGEMBANGAN SKALA IDENTITAS SOSIAL: VALIDITAS, DAN ANALISIS FAKTOR. 15(1), 58-67.
- Website  
Leksana, C. J. (2023, 10 23). Mengembangkan Kesadaran Sosial : "Kunci Mengatasi Masalah Pergaulan di Sekolah". Retrieved from <https://online.binus.ac.id/>
- <https://online.binus.ac.id/business-management/2023/10/23/mengembangkan-kesadaran-sosial-kunci-mengatasi-masalah-pergaulan-di-sekolah/>
- Ramadhan, D. R. (2019). Pengaruh Perkembangan Fashion di Kalangan Remaja. Retrieved from <https://communication.binus.ac.id/2019/01/22/pengaruh-perkembangan-fashion-di-kalangan-remaja-buku/>
- Setiaji, B. (1995). Konsumerisme, Akademika No. 1. Tahun XIII. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Troxell, M. D., & Stone, E. (1981). Fashion merchandising. New York: New York: Gregg Division McGraw-Hill Book Company, 1981.
- Veblen, T. (1899). The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions. New York: The Macmillan Company.