

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi digital merupakan seperangkat alat, dengan memanfaatkan kecanggihan komputer agar lebih memudahkan penggunaannya dan teknologi digital terlihat semakin berkembang dan lebih canggih lagi, sehingga membuat perubahan besar di dunia termasuk di Indonesia sendiri dan tentu semakin memudahkan pengguna untuk mengakses segala apapun dengan bebas dan mudah (Danuari, 2019). Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini adanya peralihan dari metode uang tunai ke *cashless*, terdapat berbagai jenis produk digital yang dapat membantu banyak orang dalam melakukan transaksi, di antaranya *e-money* dan *e-wallet* (Gemal Panggabean, 2021). Adapun perbedaan keduanya yaitu *e-money* menggunakan chip yang tertanam di dalam kartu, dapat digunakan tanpa registrasi, isi saldo *e-money* harus dilakukan lewat bank yang menerbitkan *e-money*, lebih banyak digunakan untuk transaksi offline, seperti membayar transportasi, parkir, dll sedangkan *e-wallet* berbasis pada server dalam bentuk aplikasi *smartphone*, memerlukan registrasi yang lengkap, isi saldo *e-wallet* dapat dilakukan melalui bank mana saja, banyak digunakan untuk transaksi online, seperti belanja online (Financer.com, 2021).

Konsumen lebih sering menggunakan *e-wallet* dibandingkan *e-money*, hal ini tercermin dari hasil penelitian *Katadata Insight Center* (KIC) bahwa 11,1% responden menggunakan *e-wallet* yang beredar di masyarakat sementara, konsumen yang menggunakan *e-money* setiap hari menempati urutan kedua dengan 9,1%. Penelitian ini mengklasifikasi *e-money* pada merek Flazz BCA, *e-money* Mandiri, dan Brizzi dan sebesar 27,3% konsumen mengaku sangat

jarang menggunakan *e-money*. (Yosepha Pusparisa, 2020). Berdasarkan laporan Boku Inc. bertajuk '*Mobile Wallets Report 2021*', 73% masyarakat Indonesia menggunakan *e-wallet* karena pengguna membutuhkan pembayaran secara online dan sebanyak 53% responden menggunakan *e-wallet* karena ingin berhenti menggunakan uang tunai (Cindy Mutia A, 2021).

*Electronic wallet* atau Dompet Elektronik menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran ("PBI/18/2016") adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau uang elektronik yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran (Sofia Hasanah, 2018). *E-wallet* dapat berupa suatu program software atau aplikasi atau bahkan suatu layanan jasa yang dibuat guna menyimpan uang digital dan melakukan transaksi secara online antar setiap penggunanya (Accurate.id, 2021). Dompet elektronik atau *electronic wallet* memiliki kegunaan yang sama dengan kartu debit atau kartu kredit. Dompet digital dapat dihubungkan dengan rekening tabungan individu untuk melakukan pembayaran. Oleh karena itu, dengan membawa *smartphone*, pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran non tunai dan tanpa kartu, *e-wallet* dilindungi dengan kata sandi atau *password* dengan munculnya *e-wallet*, kini setiap pengguna dapat melakukan pembayaran online dan offline diberbagai *merchant* (Financer.com, 2021).

Kehadiran *e-wallet* semakin memudahkan penggunanya dalam membayar tagihan maupun berbelanja. Selain praktis, penggunanya juga dapat top up saldo *e-wallet* melalui via ATM, gerai minimarket, maupun Internet Banking sehingga tidak perlu lagi membawa dompet tebal dengan uang tunai dalam jumlah besar

(Sinarmas.com, 2020). Sejak 2019, transaksi digital meningkat 37,8% termasuk digital banking dan transfer. penggunaan dompet digital (*e-wallet*) pun meningkat 24,42 % sedangkan penggunaan kartu debit mengalami penurunan 18,9 % (Iskandar, 2021). Berbagai macam *e-wallet* seperti OVO, GoPay, DANA, Shopeepay, LinkAja, dan lain-lain juga semakin akrab dengan keseharian masyarakat, dengan bertambahnya jumlah *e-wallet*, perubahan budaya transaksi tidak hanya berlaku untuk metode pembayaran, tetapi juga untuk metode pengisian saldo (*top up*) (Tirto.id, 2020).

Sistem *e-wallet* itu sendiri adalah pengguna memasukkan sejumlah uang ke dalam akun *e-wallet*, uang ini kemudian dapat digunakan langsung untuk belanja di *merchant* yang telah bermitra dengan pihak pengembang *e-wallet* (Ipotpay.com, 2021). Setiap perkembangan teknologi selalu ada kelebihan dan kekurangan yang didapatkan, begitu juga dengan *e-wallet* yang memiliki kelebihan dan kekurangan diantaranya kelebihan *e-wallet* yaitu melakukan transaksi pembayaran lebih cepat, menghindari adanya uang palsu, terhindar dari adanya virus atau bakteri dll, sementara kekurangan dari *e-wallet* yaitu *merchant* masih terbatas, ada biaya transaksi, menjadi lebih konsumtif, saldo dalam *e-wallet* hanya bisa digunakan untuk berbelanja atau membayar tagihan dan uang di *e-wallet* tidak bisa dicairkan (Accurate.id, 2021). Dengan layanan bertransaksi ini pengguna dapat melakukan berbagai macam transaksi untuk berbagai keperluan dengan saldo yang terdapat pada *e-wallet*. Di kota besar, terutama Jakarta, layanan *e-wallet* ini telah umum digunakan, alasan utama menggunakan *e-wallet* ialah kemudahannya (Rudyanta, 2020).

Di Indonesia sendiri, dengan perkembangan teknologi digital berdampak positif, diantaranya seperti memudahkan mencari informasi, dapat melakukan pembelanjaan secara online, dan dapat memudahkan dalam melakukan transaksi online, seperti penggunaan

*e-wallet* (Hasbi, 2021). *E-wallet* sendiri merupakan dompet digital yang dapat dimanfaatkan untuk penyimpanan uang secara online, guna mempermudah pengguna melakukan pembayaran dimanapun dan kapanpun (HSBC, 2020). Sehingga semakin mempermudah aktivitas pengguna dalam melakukan pembayaran, dan tidak tergantung kembali dengan pembayaran secara manual, melainkan sudah menggunakan pembayaran secara online atau digital (Setiawan, 2017).

Neurosensum (perusahaan riset) pada bulan Maret 2021 menguraikan hasil riset digital dengan studi khusus berfokus pada penggunaan *e-wallet* selaku medium transaksi digital 1.000 responden pengguna aktif *e-wallet* berusia produktif (19-45 tahun) secara serentak di 8 kota besar di Indonesia, yaitu kawasan Jabodetabek, kota-kota besar di pulau Jawa, dan kota besar yang lainnya di Indonesia, sepanjang 3 bulan terakhir yaitu mulai dari November 2020 sampai dengan Januari 2021 (PT Neurosensum Technology International, 2021). Menurut Tira Santia (2020), dari hasil survei telah dilakukan kepada 150 responden, 70% dari Jabodetabek menyatakan bahwa warga Bekasi yang bekerja di Jakarta, menggunakan *e-wallet* sebanyak 44% dalam melakukan pembayaran, sisanya menggunakan pembayaran lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* pada Kota Bekasi cukup tinggi, dilihat dari banyaknya masyarakat menggunakan *e-wallet* untuk melakukan transaksi online membuat masyarakat sering melakukan pembayaran, yang bahkan tidak terlalu diperlukannya karena mendapat kemudahan dalam bertransaksi.

Berdasarkan hasil survei tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai *e-wallet* di salah satu kecamatan yang ada di Kota Bekasi, kecamatan yang dipilih sebagai tempat penelitian yaitu Kecamatan Medan Satria, Bekasi. Pengguna *e-wallet* yang dijadikan

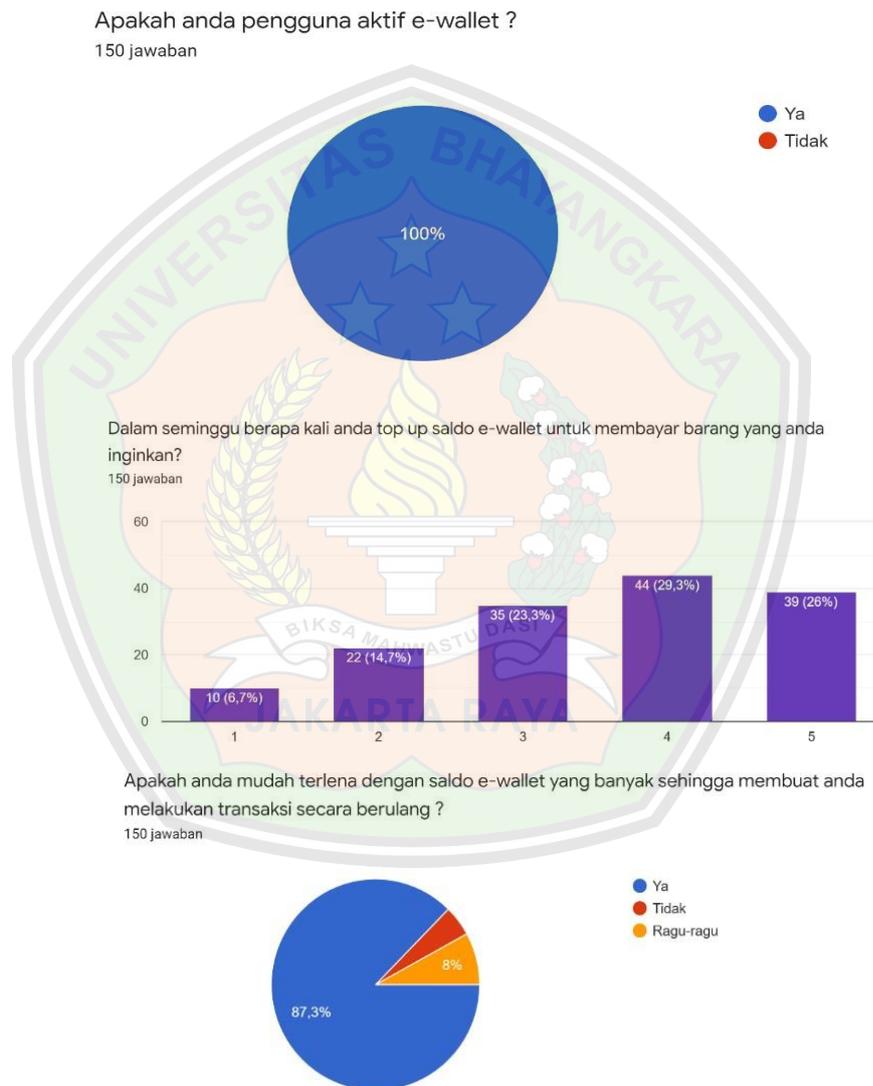
fokus dalam penelitian ini yaitu remaja millennial yang berada di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi. Istilah remaja millennial berasal dari *millennials* yang diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan Neil Howe dalam beberapa bukunya, secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini, namun para pakar menggolongkannya berdasarkan tahun awal dan akhir. Penggolongan generasi Y terbentuk bagi mereka yang lahir pada 1980 - 1990, atau pada awal 2000, dan seterusnya (Kominfo.go.id ,2016).

Remaja millennial sendiri atau generasi biasa disebut dengan digital native, merupakan generasi remaja yang tumbuh dalam lingkungan serba digital. Remaja ini terlahir dengan lingkungan yang sudah mengalami perkembangan teknologi (Zhafira. T, 2018). Penulis memilih Kecamatan Medan Satria, Bekasi dikarenakan di wilayah ini terdapat perumahan yang terkenal elit di Bekasi, lokasinya yang berdekatan dengan Jakarta menyebabkan wilayah ini mempunyai 839 tempat makan yang enak dan terkenal dengan harga terjangkau sehingga selalu dipenuhi oleh pengunjung ketika akhir pekan tiba (Pergikuliner, 2021). Terdapat juga tempat yang sering dikunjungi lainnya seperti kafe yang berjumlah 20, pusat perbelanjaan berjumlah 7, tempat wisata berjumlah 2, tempat penginapan seperti hotel dan apartemen berjumlah 6 sehingga mudah saja bagi penduduk di wilayah tersebut mendapatkan pengaruh dari kemudahan bertransaksi menggunakan *e-wallet* dan bukan menjadi hal baru untuk bertransaksi non tunai dengan *e-wallet* (Handra, 2015).

Survei ini dilakukan oleh penulis untuk memastikan apakah penggunaan *e-wallet* di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi menimbulkan perilaku konsumtif atau tidak yang diberikan kepada 150 responden mengenai penggunaan *e-wallet* di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi yang dilakukan secara terus- menerus sebagai

alat pembayaran. Penentuan 150 sampel berdasarkan kriteria penentuan populasi atau sampel yang sudah ditentukan yaitu berdomisili di Kecamatan Medan Satria, Bekasi dan pengguna aktif *e-wallet*. Hasil yang didapatkan dari survei ini adalah sebagai berikut :

**Gambar 1.1 Hasil Survei Mengenai Penggunaan *E-Wallet* Di Wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi**



Sumber : Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh penulis

Berdasarkan data hasil survei diatas, didapatkan sebesar 100% responden sebagai pengguna *e-wallet* dengan frekuensi penggunaan *e-wallet* yang terbilang sering selama seminggu sebesar 118% dan sebesar 87,3% pengguna *e-wallet* tersebut mudah terlena dengan saldo *e-wallet* yang banyak sehingga membuat pengguna *e-wallet* cenderung melakukan transaksi secara berulang. Hasil inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti perilaku konsumtif yang dilakukan oleh pengguna *e-wallet* di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi. Pengguna beranggapan mengenai kemudahan dalam penggunaan *e-wallet* maka akan berkaitan dengan sejauh mana pengguna memiliki ekspektasi terhadap sebuah teknologi digital yang tidak akan memberikan kesulitan untuk adaptasi baik secara fisik maupun mental (Giswandhani & Hilmi, 2020).

Kemudahan penggunaan *e-wallet* ini menurut Stanley Christian, Aidil Akbar Madjid dan Partners (2018), sering kali membuat seseorang terlena, uang elektronik yang seharusnya mempermudah penggunaanya dalam bertransaksi tetapi justru memicu perilaku konsumtif, hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa alasan diantaranya: (1) tidak digunakan sesuai tujuan, jika hal tersebut dilakukan terlalu sering akan membuat pengeluaran semakin boros atau konsumtif. (2) tidak menyadari *e-wallet* sama dengan uang tunai, seringkali ketika seseorang mengisi ulang atau *top up e-wallet* dengan nominal yang langsung besar yang bertujuan agar tidak perlu berulang kali isi ulang karena menghabiskan waktu dan ingin menghemat uang administrasi *top up e-wallet*. Namun yang terjadi adalah seseorang merasa terlena karena saldo *e-wallet* masih banyak dan seakan itu bukan uang tunai sehingga dengan mudah menggunakan *e-wallet* untuk membayar yang lain. (3) tidak bijak menggunakan *e-wallet*.

Tidak hanya kegiatan belanja, bayar tagihan sampai pembayaran pajak sekarang juga dapat dilakukan secara online yaitu

hanya dengan mengakses *e-wallet* dengan *handphone* dan tidak ada batasan waktu sehingga konsumen dapat bebas mengakses kapan saja dan dimana saja (Aufi, R.P, 2020). Jika menginginkan sesuatu sampai bahkan membatalkan pembelian karena pembayarannya dilakukan secara online dengan *e-wallet* tetapi saldo yang dimiliki tidak cukup, pengguna tanpa ragu untuk meminjam uang ke teman maupun orang terdekat dan bahkan rela menguras tabungan demi memenuhi keinginan tersebut, tetapi pengguna tidak langsung membayar pinjaman uang yang diberikan melainkan meminta batasan waktu serta keringanan untuk melunasinya seperti membayar sebagian hutangnya dengan menggunakan fitur point yang terdapat pada *e-wallet* (Indah Sulistyorini, 2021).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh suara.com, bertujuan untuk mengetahui bagaimana dana pendapatan dialokasikan kepada 500 responden dengan berusia 18-27 tahun, 56% pria dan 44% wanita ketika ditanya mengenai sumber dana darurat, keluarga dan kerabat menduduki peringkat teratas sumber dana darurat yaitu 86% dari seluruh responden yang menjawab, responden juga menjawab teman sebagai sumber dana darurat yaitu 71%. Hal ini berarti seseorang bisa kapanpun meminjam uang kepada temannya demi terpenuhi keinginannya (Dythia N & Dian K.H, 2019). Keinginan untuk berhutang maupun meminjam uang kepada teman, hal ini timbul karena adanya kebutuhan tertentu yang menuntut adanya persediaan jumlah uang yang lebih besar dari pengeluaran (Shohib M, 2015).

Jika terdapat kerabat yang menghubungi dan meminta bantuan pinjaman uang tetapi kebingungan soal pertimbangan sebelum memberi hutang pada kerabat karena hubungan kerabat bisa rusak karena permasalahan hutang serta di lain sisi juga merasa tidak enak dan merasa harus membantunya, karena itulah diperlukan

pertimbangan sebelum memberikan bantuan pinjaman kepada kerabat misalkan dapat menanyakan alasan meminjam uang, mendiskusikan mengenai cara dan waktu pengembalian atau pembayaran, serta bertanya kepada kerabat lainnya mengenai beberapa hal yang dimaksudkan. Jika semua dirasa benar dan yakin maka dapat meminjamkannya dengan tenang (Khairina F. H, 2021).

Namun jika terlalu sering berhutang langsung ke orang yang dikenal, tetap saja dapat menimbulkan dampak seperti trauma karena penagihan hutang melalui ancaman, dapat diceraikan oleh suami atau istri karena penagihan hutang dengan nominal terlalu besar dibandingkan pendapatan, dan menjadi frustrasi karena bunga pinjaman yang terlalu tinggi (Vivi Hartini, 2018). Sering kali konsumen melakukan pembelian diluar dari pendapatannya, terlebih lagi saat ini *e-wallet* telah bekerja sama dengan banyak pihak yang menjadikan *e-wallet* sebagai alat pembayaran untuk memperoleh sesuatu baik secara kontan maupun kredit yang dapat menimbulkan konsumen lebih konsumtif (Murti, A.L, 2019). Tambunan (2001) dalam Chrisnawati dan Abdullah (2011) juga menjelaskan perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk membeli barang secara berlebihan, yang sebenarnya tersebut kurang diperlukan sehingga hanya demi memenuhi kepuasan.

Hal ini juga serupa dengan penjelasan Bhima Yudhistira A (2019), bahwa terdapat permasalahan psikologis sehingga seseorang menjadi lebih mudah untuk mengeluarkan uang saat menggunakan *e-wallet*, semakin mudah serta semakin cepat transaksinya maka akan semakin boros oleh sebab itu penting mengendalikan pengeluaran belanja sesuai kebutuhan. Perilaku konsumtif yang hanya didasari keinginan sesaat bukan kebutuhan menimbulkan dampak negatif yaitu pemborosan sehingga perilaku konsumtif yang tinggi akan berdampak merugikan (Ulayya, 2019).

Alat pembayaran non tunai seperti *e-wallet* juga dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif karena lebih mudah dalam bertransaksi, praktis dan simpel tetapi membuat mereka lebih boros dan konsumtif juga karena banyaknya promo sehingga mereka terus-menerus memakai *e-wallet* dan membeli segala sesuatunya secara berlebihan (Sari et al., 2020). Terkadang seseorang membeli sesuatu dan membayarnya menggunakan *e-wallet* bukan didasari pada kebutuhan yang sebenarnya, perilaku tersebut dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif, terkadang barang-barang tersebut sebenarnya tidak dibutuhkan, akan tetapi hanya karena pengaruh trend atau mode yang tengah berlaku (Chrisnawati & Abdullah, 2011).

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diidentifikasi oleh Sumartono (2002), salah satunya faktor internal yang didalamnya terdapat persepsi. Faktor persepsi memiliki daya tarik yang lebih tinggi bagi penulis dibandingkan dengan faktor lainnya, hal ini dikarenakan adanya persepsi individu dan persepsi sosial yang menimbulkan adanya tanggapan mengenai perilaku yang dilakukan. Menurut Munandar (2017) persepsi bersifat sangat relatif dan sangat berkaitan dengan pendapat dan penilaian seseorang terhadap sesuatu obyek, persepsi juga sangat bergantung dari kemampuan setiap individu dan kondisi lingkungannya. Dalam persepsi seseorang menyadari serta dapat mengerti tentang kondisi lingkungan yang ada disekitarnya ataupun tentang hal yang terdapat dalam diri seseorang yang bersangkutan (Sudarsono & Suharsono, 2016).

Menurut Harvey dan Smith (1977) dalam Munandar (2017) menjelaskan bahwa persepsi dapat digolongkan ke dalam dua jenis,

yaitu *person perception* dan persepsi sosial masyarakat. *Person perception* adalah suatu proses pembentukan kesan berdasarkan pada pengamatan serta penalaran terhadap suatu hal yang berpengaruh baik terhadap aspek fisik maupun psikologi, sedangkan persepsi sosial merupakan suatu tindakan berdasarkan pengamatan dan penalaran, baik melalui interaksi langsung maupun tidak langsung, sehingga membentuk suatu kesan tersendiri. Berdasarkan kedua jenis persepsi tersebut, persepsi sosial masyarakat yang memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan jenis lainnya untuk dijadikan konteks dalam penelitian ini, hal ini dikarenakan manusia akan selalu berinteraksi dengan orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga akan membentuk kesan tersendiri terhadap sesuatu.

Persepsi pengguna *e-wallet* mengenai kemudahan dalam penggunaan berkaitan dengan sejauh mana konsumen memiliki ekspektasi sebuah teknologi digital yang tidak akan memberikan kesulitan sehingga apabila suatu sistem yang sulit digunakan akan dihindari oleh konsumen (Setyarko, 2016). Kemudahan menggunakan *e-wallet* ialah hal yang sangat perlu dicermati oleh perusahaan, sebab *e-wallet* yang mudah akan memberikan minat pembelian, konsumen tentu menginginkan penggunaan *e-wallet* yang mudah dimengerti untuk memenuhi segala kebutuhannya, manfaat juga berperan penting dalam minat beli ulang, jika konsumen merasakan manfaat yang besar terhadap *e-wallet*, sehingga konsumen akan menggunakannya serta melakukan pembelian secara terus-menerus (Silaen, E. Prabawani, 2019).

Respon pengguna yang luar biasa terhadap hadirnya *e-wallet* tentunya bergantung dari niat penggunaan dari setiap pengguna aplikasi *e-wallet*. Salah satu unsur yang sering mempengaruhi niat penggunaan ialah persepsi kegunaan dari pada pengguna (William & Tjokrosaputro, 2021). Berdasarkan fenomena kenaikan persentase

pengguna *e-wallet* di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi dikarenakan kepraktisannya dalam proses pembayaran yang dapat dilakukan dengan cepat, kapan pun, dan dimana pun maka penulis tertarik untuk mengetahui apakah persepsi sosial memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif terutama di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi. Untuk itu maka penulis melakukan penelitian dengan judul Hubungan Antara Persepsi Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Wallet* Di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan dalam latar belakang tersebut maka, masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat hubungan antara persepsi sosial dengan perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi sosial dengan perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* di wilayah Kecamatan Medan Satria, Bekasi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini ditujukan kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini, sebagai berikut :

- a. Bagi pengguna *e-wallet*, penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai perilaku konsumtif yang muncul pada saat bertransaksi menggunakan *e-wallet*.
- b. Bagi penelitian lain, penelitian ini dapat menjadi referensi dan tambahan bahan kajian bagi peneliti selanjutnya dengan permasalahan yang sama.

### 1.5 Keaslian Penelitian

Penelitian mengenai persepsi sosial dengan perilaku konsumtif telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Berikut adalah uraian perbedaan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan penelitian yang akan saya lakukan.

**Tabel 1.1 Uraian Keaslian Penelitian**

<p><b>Judul penelitian</b></p>	<p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian</p>	<p>Peran Informasi Keluarga Berencana Pada Persepsi Dalam Praktik Keluarga Berencana</p>	<p>Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro</p>	<p>Pengaruh <i>e-wallet</i> terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Wilayah Jabodetabek (Studi Kasus Pada Layanan OVO)</p>
--------------------------------	---	--	--	---

<b>Nama Peneliti</b>	Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah	Badrun Munandar	Bagas Tripambudi, Endang Sri Indrawati	Dwi Ana Ambar Rofiqoh
<b>Tahun</b>	2011	2017	2018	2019
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif metode wawancara dan observasi.	Kuantitatif metode sensus	Kuantitatif	Kuantitatif
<b>Hasil</b>	Faktor kepribadian dan faktor kelompok acuanlah yang banyak mempengaruhi Perilaku konsumtif remaja berstatus sosial ekonomi rendah terhadap pakaian.	Adanya perbedaan persepsi menurut keterpaparan informasi, partisipasi Menurut persepsi dan partisipasi menurut keterpaparan informasi secara meyakinkan dengan taraf kesalahan 5% atau tingkat kebenaran 95%.	Adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku Konsumtif pembelian gadget.	Terjadi peningkatan jumlah pengeluaran setelah menggunakan layanan OVO Dibandingkan hanya menggunakan uang tunai (sebelum menggunakan layanan OVO) pada generasi milenial di wilayah Jabodetabek.

<b>Perbedaan</b>	Responden, tempat dan waktu penelitian, variabel dan metode penelitian	Responden, tempat dan waktu penelitian, dan variabel	Responden, tempat dan waktu penelitian, dan variabel	Responden, tempat dan waktu penelitian, dan variabel
------------------	--	--	--	--

Dilihat dari tabel diatas bahwa beberapa penelitian telah dilakukan untuk meneliti tentang persepsi sosial dengan perilaku konsumtif, dari keempat penelitian diatas menunjuk kan hasil bahwa adanya pengaruh persepsi sosial dengan perilaku konsumtif. Oleh karena itu penulis memilih untuk meneliti hubungan persepsi sosial dengan perilaku konsumtif namun pada penelitian ini tentu saja terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini memiliki perbedaan mengenai responden, tempat dan waktu penelitian yang akan diteliti. Begitupun dengan metode penelitian dan variabel yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang sudah ada.