DETEKSI DINI PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA

Amanda Putri Septriani[1], Maestro Eramada[2], Jelyanah[3], Risma Anita Puriani[4], Rizki Novirson[5]

[12345]*Universitas Sriwijaya*
E-mail: [1]amandaputeri17@gmail.com, [2]maestroeramada@gmail.com, [3]jelyanah6@gmail.com, [4]rismary@fkip.unsri.ac.id, [5]rizkinovirson@fkip.unsri.ac.id

ABSTRAK

Perilaku konsumtif pada remaja merujuk pada kecenderungan membeli barang secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik, faktor, dampak, serta intervensi bidang bimbingan dan konseling mengenai perilaku konsumtif pada remaja. Penelitian ini menggunakan kajian literatur dengan menganalisis sejumlah artikel ilmiah yang diterbitkan dalam rentang waktu sepuluh tahun terakhir, yaitu dari tahun 2016 hingga 2025. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal seperti seperti gaya hidup, konsep diri, dan kepribadian, serta faktor eksternal seperti pengaruh keluarga, media sosial, budaya, dan lingkungan pertemanan. Perilaku ini dapat berdampak negatif seperti pemborosan, kesenjangan sosial, potensi tindakan menyimpang, dan kurangnya produktivitas. Dengan demikian, guru BK memiliki peran yang penting dalam memberikan intervensi yang bersifat preventif maupun kuratif guna membantu remaja membentuk pola konsumsi yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumtif, Remaja, Deteksi Dini, Bimbingan Dan Konseling*

PENDAHULUAN

Setiap individu memiliki kebutuhan hidup yang beragam dan berusaha memenuhinya dengan berbagai cara. Dalam prosesnya, ada individu yang mampu mengatur kebutuhan secara proporsional, namun ada pula yang cenderung berlebihan. Keinginan untuk membeli produk secara berlebihan ini menjadi salah satu indikasi awal munculnya perilaku konsumtif (Anggraini dan Santhoso, 2017). Individu dengan kecenderungan ini akan secara terus menerus melakukan pembelian hanya berdasarkan keinginan, bukan atas dasar kebutuhan. Fenomena perilaku konsumtif kini bukan hanya dialami oleh orang dewasa, tetapi juga merambah kalangan remaja, baik di wilayah perkotaan ataupun di daerah yang sedang mengalami perkembangan. Berdasarkan data dari *Indonesian E-Commerce Association* (IdEA) tahun 2021, individu usia muda yakni umur 15-34 tahun menjadi pasar terbesar dengan persentase mencapai sekitar 70%, di mana remaja memiliki jumlah populasi terbanyak dalam rentang usia tersebut. *World Health Organization* (WHO) tahun 2023 menyatakan bahwa individu dengan usia 15-24 tahun termasuk dalam kelompok muda yang dapat menjadi sumber potensial terjadinya perilaku konsumtif (Lubis et al., 2025).

Individu pada usia remaja cenderung lebih rentan terhadap pengaruh dari lingkungan sosial, terutama teman sebaya, contoh-contoh yang umum adalah gaya berpakaian, model rambut, preferensi musik yang semuanya itu harus terkini atau sesuai dengan perkembangan terbaru. Dalam memenuhi keinginannnya, remaja sering kali tidak mempertimbangkan hal secara realistis, sehingga berpotensi mengembangkan perilaku konsumtif (Khrishananto dan Adriansyah, 2021). Hal serupa juga dijelaskan oleh Purba et al., (2024) bahwa remaja mudah terpengaruh oleh promosi iklan, tekanan lingkungan sosial, dan sering menghabiskan uang untuk mengikuti tren mode agar tidak merasa ketinggalan zaman dan mendapatkan pengakuan dari orang lain.

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang sejatinya tidak diperlukan dan tidak didasarkan pada pertimbangan logis atau rasional (Nurhaini, 2018). Tindakan pembelian yang tidak tepat guna ini berpotensi menyebabkan pemborosan, karena individu cenderung kesulitan membedakan antara kebutuhan utama dan keinginan semata. Pada dasarnya, membeli suatu barang bukanlah suatu permasalahan. Namun, permasalahan akan muncul ketika pembelian dilakukan bukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, melainkan demi memanjakan diri, mencari kepuasan, dan kesenangan tanpa pertimbangan yang rasional. Dalam beberapa kasus, individu bahkan melakukan pembelian untuk menunjukkan status sosial atau sekadar pamer kepada orang lain.

Perilaku konsumtif dapat tercermin dalam berbagai aspek kehidupan, seperti pembelian produk *makeup*, makanan, pakaian, hingga barang-barang lainnya. Fenomena ini tidak terbatas pada satu gender saja, karena baik laki-laki maupun perempuan memiliki kecenderungan berperilaku yang serupa (Luas et al., 2023). Dalam konteks saat ini, terutama di kalangan remaja, gaya hidup dan penampilan seringkali menjadi prioritas. Menurut Erich Fromm (dalam Paujiah dan Ariani, 2023) terdapat aspek-aspek dalam perilaku konsumtif. Pertama, *impulsive buying* atau pembelian impulsif, yaitu perilaku membeli yang dilakukan tanpa perencanaan terlebih dahulu dan lebih dipengaruhi oleh keinginan sesaat yang bersifat emosional. Kedua, *wasteful buying* atau pemborosan, yaitu kecenderungan untuk mengeluarkan uang secara berlebihan tanpa adanya kebutuhan yang terdefinisi dengan jelas. Ketiga, *non-rational buying* atau mencari kesenangan, yaitu perilaku membeli sesuatu semata-mata untuk memperoleh kepuasan pribadi tanpa memperhatikan nilai guna atau urgensinya.

Jika perilaku konsumtif terus dilakukan secara berulang, hal ini dapat berkembang menjadi kebiasaan yang merugikan. Dalam psikologi, kondisi ini dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* atau gangguan kecanduan belanja, yaitu kondisi ketika seseorang tidak mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga pada akhirnya berdampak negatif terhadap dirinya sendiri (Annafila dan Zuhroh, 2022). Melihat fenomena tersebut, penting untuk melakukan kajian yang lebih mendalam terkait perilaku konsumtif pada remaja. Remaja berada pada tahap perkembangan yang rentan terhadap pengaruh eksternal dan cenderung sedang membentuk identitas diri, sehingga keputusan dalam melakukan pembelian sering kali tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional. Jika perilaku konsumtif ini tidak disadari sejak dini, maka dapat berkembang menjadi kebiasaan yang berdampak negatif di masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik, faktor, dampak, serta intervensi bimbingan dan konseling terhadap perilaku konsumtif remaja. Dengan adanya deteksi dini terhadap perilaku konsumtif, diharapkan dapat memberikan wawasan bagi guru, konselor, dan orang tua dalam mendukung perkembangan remaja, khususnya bagi guru BK dalam merancang layanan yang lebih responsif dan preventif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur yang difokuskan pada penelaahan artikel ilmiah sebagai sumber utama. Kajian literatur merupakan suatu bentuk penelusuran dan telaah terhadap sumber-sumber pustaka seperti buku, jurnal, dan publikasi lainnya yang relevan dengan topik penelitian, dengan tujuan menghasilkan tulisan ilmiah mengenai suatu isu atau permasalahan tertentu (Marzali, 2016). Kajian literatur dilakukan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis temuan-temuan dari berbagai artikel yang membahas topik perilaku konsumtif pada remaja. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, yaitu dengan menelusuri dan mengkaji artikel yang telah dipublikasikan dalam jurnal nasional maupun publikasi akademik lainnya. Kriteria pemilihan artikel meliputi: (1) relevan dengan topik perilaku konsumtif pada remaja, (2) terbit dalam rentang waktu 2016–2025 (10 tahun terakhir), dan (3) berasal dari sumber yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Artikel yang memenuhi kriteria tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengertian, karakteristik, faktor, dampak, serta intervensi layanan bimbingan dan konseling terhadap perilaku konsumtif pada remaja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Erich Fromm (dalam Paujiah dan Ariani, 2023), perilaku konsumtif adalah dorongan yang terus meningkat untuk membeli barang demi memperoleh kepuasan diri, tanpa memperhatikan kegunaan. Kecenderungan ini lebih didasarkan pada keinginan untuk memiliki sesuatu yang lebih baru dan lebih menarik sebagai status sosial, kemewahan atau daya tarik tertentu. Luas et al., (2023) menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan kebiasaan membeli barang secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, di mana individu lebih mengutamakan keinginan dibandingkan manfaat atau kebutuhan barang tersebut. Senada dengan pendapat tersebut, Aiman dan Tobing (2022) menekankan bahwa perilaku konsumtif bukan

didasarkan pada nilai guna suatu produk, melainkan lebih dipengaruhi oleh hasrat atau keinginan semata, serta faktor eksternal lainnya. Sementara itu, Tarmizi dan Karneli (2021) menyoroti bahwa perilaku konsumtif tidak bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar, melainkan sekadar memenuhi keinginan yang berlebihan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan yang didasarkan oleh keinginan daripada kebutuhan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

Karakteristik Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (dalam Khrishananto dan Adriansyah, 2021), perilaku konsumtif pada remaja dapat dikenali melalui beberapa karakteristik. *Pertama*, membeli suatu barang hanya untuk mempertahankan citra diri atau demi gengsi. *Kedua*, cenderung membeli, menggunakan, atau mencoba suatu produk karena terpengaruh oleh tokoh dalam iklan atau tekanan dari kelompok sosial. *Ketiga*, adanya keinginan untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda. Sementara itu, Swastha & Handoko (dalam Hariyono, 2024) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh empat ciri utama yaitu: (1) adanya keinginan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan; (2) perasaan tidak puas karena selalu ingin memiliki barang yang belum dimiliki; (3) kecenderungan untuk bersikap boros atau berfoya-foya dalam berbelanja; dan (4) kesenangan dalam membeli barang mahal yang tidak sebanding dengan nilai guna atau manfaatnya.

Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beragam faktor yang secara umum dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri, meliputi kepribadian, gaya hidup, konsep diri, dan tingkat pengetahuan. Sementara itu, faktor eksternal merupakan pengaruh dari luar diri individu, seperti kelas sosial, keluarga, budaya, serta situasi tertentu (Hayati dkk., 2020). Salah satu faktor eksternal yang semakin kuat pengaruhnya saat ini adalah media sosial. Media sosial memperluas akses remaja terhadap informasi, tren, dan gaya hidup yang diperlihatkan secara visual oleh *influencer* atau teman sebaya. Hal ini dapat memicu perbandingan sosial yang mendorong keinginan untuk memiliki barang-barang tertentu demi memenuhi citra diri atau merasa tidak tertinggal. Harita et al., (2022) menjelaskan bahwa melihat unggahan seperti *story* atau profil teman di media sosial sering kali menimbulkan rasa iri, yang kemudian berkembang menjadi dorongan untuk membeli barang demi mengejar kepuasan pribadi. Selain itu, menurut Simamora (dalam Wastuti dan Pangaribuan, 2019), terdapat empat faktor utama yang menyebabkan perilaku konsumtif, yaitu: (1) faktor pribadi; (2) faktor sosial; (3) faktor kebudayaan; dan (4) faktor psikologis.

Dampak Perilaku Konsumtif

Gaya hidup konsumtif memberikan berbagai dampak negatif bagi remaja dan masa depan mereka. Dampak-dampak negatif tersebut antara lain: (1) sifat boros, yaitu kebiasaan belanja yang didorong oleh nafsu dan keinginan sehingga menghamburkan uang; (2) kesenjangan sosial, yang

dapat memicu kecemburuan, iri hati, dan ketidaksukaan di lingkungan sosial; (3) tindakan menyimpang, dimana seseorang mungkin melakukan cara-cara tidak etis demi memperoleh barang yang diinginkan; serta (4) lahirnya individu yang tidak produktif, yang fokus pada konsumsi tanpa menghasilkan (Wahyudi dalam Luas et al., 2023).

Intervensi Bimbingan dan Konseling terhadap Perilaku Konsumtif Remaja

Dalam konteks layanan bimbingan dan konseling, terdapat beberapa alternatif intervensi yang dapat diterapkan terhadap perilaku konsumtif remaja. Konseling individu menjadi salah satu layanan yang efektif, terutama bagi remaja yang menunjukkan kecenderungan konsumtif secara intens dan personal. Septiani (2019) mengemukakan bahwa layanan konseling individu membantu remaja memperbaiki cara berpikir, bersikap, dan berperilaku konsumtif. Sementara itu, bimbingan kelompok lebih tepat digunakan untuk memberikan pemahaman mengenai konsumsi bijak, serta membentuk kesadaran bersama akan pengaruh sosial terhadap perilaku konsumtif. Bimbingan kelompok berperan dalam membantu remaja memahami makna perilaku konsumtif serta dampak yang ditimbulkannya terhadap kehidupan. Melalui proses bimbingan tersebut, remaja diharapkan mampu mengenali dan menyadari konsekuensi negatif dari perilaku konsumtif (Jasman dkk., 2022).

Adapun konseling kelompok dapat difasilitasi sebagai wadah berbagi pengalaman dan latihan keterampilan pengendalian diri dalam suasana yang suportif. Layanan ini juga memberikan kesempatan bagi remaja untuk saling memberi dukungan, mengenali tantangan bersama, dan mengembangkan strategi adaptif dalam mengelola dorongan konsumtif. Hal ini sejalan dengan pendapat Prayitno (dalam Hanifaturrohmah dan Widyarto, 2022) yang menyatakan bahwa konseling kelompok sebagai suatu bentuk layanan yang diberikan kepada peserta didik untuk membahas dan mencari solusi atas permasalahan yang mereka hadapi melalui interaksi dalam dinamika kelompok. Permasalahan yang diangkat dalam proses ini bersifat personal dan berasal dari masing-masing anggota kelompok.

Pendekatan yang dapat digunakan dalam layanan tersebut meliputi pendekatan realitas, yang menekankan pada pengambilan tanggung jawab dan pilihan perilaku yang realistis. Tarmizi dan Karneli (2021) menjelaskan bahwa konseling realitas berfokus pada perilaku saat ini dan mendorong individu untuk menyusun rencana yang jelas atau terarah, sehingga mampu menentukan kebutuhan secara prioritas dan mengurangi perilaku konsumtifnya. Selain itu, pendekatan *cognitive behavioral therapy* (CBT) juga efektif dalam menangani perilaku konsumtif. Pendekatan ini membantu individu mengenali dan mengubah pola pikir serta perilaku tidak adaptif terkait konsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian Yuliyanawati dkk., (2018) yang menekankan bahwa *cognitive behavioral therapy* (CBT) dapat digunakan untuk mengurangi perilaku *compulsive buying behavior*. Sementara itu, Lesmana dkk., (2017) mendefinisikan *cognitive behavioral therapy* sebagai intervensi psikologis yang menitikberatkan pada interaksi antara pikiran, perasaan, dan perilaku, dengan tujuan memperbaiki distorsi kognitif yang dapat memicu perilaku tidak sehat. Pemilihan pendekatan konseling ini perlu disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan siswa. Dengan penerapan layanan dan pendekatan yang tepat, guru BK berperan penting dalam membantu remaja mengenali dan mengendalikan perilaku konsumtif sejak dini, guna mencegah dampak negatif jangka panjang serta membentuk kebiasaan konsumsi yang sehat dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Perilaku konsumtif pada remaja merupakan kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan, demi memperoleh kepuasan pribadi atau pengakuan sosial. Perilaku ini dapat dikenali melalui karakteristik seperti membeli demi gengsi, mengikuti tren atau tekanan sosial, mencoba berbagai produk serupa, serta merasa tidak puas dengan apa yang dimiliki. Faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif terbagi menjadi faktor internal seperti gaya hidup, konsep diri, dan kepribadian, serta faktor eksternal seperti pengaruh keluarga, media sosial, budaya, dan lingkungan pertemanan. Salah satu pemicu kuat perilaku konsumtif remaja saat ini adalah media sosial yang memunculkan perbandingan sosial dan dorongan untuk mengikuti gaya hidup yang ditampilkan orang lain.

Dampak dari perilaku konsumtif sangat merugikan, seperti munculnya sifat boros, kesenjangan sosial, potensi tindakan menyimpang, dan kurangnya produktivitas. Oleh karena itu, deteksi dini terhadap perilaku konsumtif sangat penting dilakukan, terutama oleh guru BK. Layanan bimbingan dan konseling dapat diberikan melalui konseling individu, bimbingan kelompok, dan konseling kelompok dengan pendekatan seperti realitas dan terapi kognitif perilaku (CBT) untuk membantu remaja mengenali, memahami, dan mengendalikan perilaku konsumtif secara efektif. Dengan layanan yang tepat, remaja dapat membentuk pola konsumsi yang lebih bijak, sehat, dan bertanggung jawab.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, atas segala kemudahan yang diberikan dalam proses penyelesaian artikel penelitian ini, yang akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi keilmuan yang menjadi dasar dan referensi penting dalam penelitian ini. Tentunya artikel penelitian ini masih memiliki keterbatasan, dengan demikian segala bentuk kritik dan saran yang membangun dapat menjadi perbaikan demi penyempurnaan karya ilmiah di masa yang akan datang. Diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi sumber referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Aiman, U., & Tobing, D. H. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Rendah terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Remaja. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, *3*(2), 93-99.

Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif

Annafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, *2*(1), 20-27.

Hanifaturrohmah, Z., & Widyarto, W. G. (2022). Pengaruh Konseling Kelompok Dengan Teknik Self Management Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMAN 2 Trenggalek: The Effect of Group Counseling With Self-management Techniques To Reduce Consumptive Behavior in Class XI Social Sciences SMAN 2 Trenggalek. *Anterior Jurnal*, *21*(2), 101-113.

Harita, Y. Y., Gusnardi, G., & Isjoni, M. Y. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*(2), 13522-13530.

Hariyono, D. S. (2024). Gambaran Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri pada Generasi Z yang Berbelanja Online Shop. *Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling*, *4*(2), 1-6.

Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior. *International Journal of Applied Counseling and Social Sciences*, *2*(1), 16-24.

Jasman, J., Fitria, A., Thaheransyah, T., & Sugita, S. (2022). Penerapan Layanan Bimbingan Kelompok untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa tentang Perilaku Konsumtif. *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, *6*(1), 123.

Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *9*(2), 323-336.

Lesmana, T., Mar'at, S., & Risnawati, W. (2017). Application of CBT in Coping with Compulsive Buying on Online Shopping by Young Adult Woman. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, 1 (1),* 65-75.

Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, *13*(1), 1-7.

Lubis, A. F., Dania, I. A., Susanti, M., Akbar, S., & Lestari, I. C. (2025). Gambaran Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Ko-Asisten Universitas X. *Ibnu Sina: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan-Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara*, *24*(1), 8-13.

Marzali, A. (2016). Menulis kajian literatur. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, *1*(2), 27-36.

Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *6*(1), 92-100.

Paujiah, P., & Ariani, L. (2023). Perilaku konsumtif: studi kuantitatif deskriptif masyarakat di Kabupaten Kotabaru. *Jurnal Ilmu Psikologi dan Kesehatan (SIKONTAN)*, *2*(2), 153-160.

Purba, P. J., Yuhdi, A., Tarigan, F. M. B., Ningsih, W. D., Silaen, Y., & Sagala, V. M. (2024). Perilaku Konsumtif terhadap Belanja Online pada Pelajar di SMAS Arrahman Medan. *Journal of Education Research*, *5*(4), 5676-5683.

Septiani, M. N. (2019). Pengaruh bimbingan dan konseling individu terhadap perilaku konsumtif remaja. *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, dan Psikoterapi Islam*, *7*(2), 167-190.

Tarmizi, R., & Karneli, Y. (2021). Konseling Individual dengan Pendekatan Realitas untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada Siswa Sekolah di Medan). *Counsenesia Indonesian Journal of Guidance and Counseling*, *2*(1), 31-40.

Wastuti, S. N. Y., & Pangaribuan, A. H. (2020). Upaya pencegahan perilaku konsumtif melalui layanan informasi menggunakan teknik audio visual. *Consilium: Berkala Kajian Konseling dan Ilmu Keagamaan*, *6*(2), 43-51.

Yuliyanawati, I., Wibowo, M. E., & Japar, M. (2018). The Effectiveness of Cognitive Behavior Therapy Group Conseling Cognitive with Cognitive Restructuring and Thought Stopping Techniques to Reduce Students Consumptive Behavior. *Jurnal Bimbingan Konseling*, *7*(2), 125-131.