

**GAYA HIDUP MAHASISWA DI KELURAHAN WENANG SELATAN  
KECAMATAN WENANG KOTA MANADO PROVINSI SULAWESI UTARA  
(STUDI DI WARUNG KOPI VAN OMEN)**

Oleh

Imelda Diana Sucitra

Femmy C. M. Tasik

Nicolaas Kandowangko

**ABSTRACT**

*Lifestyle itself is a characteristic of a modern world, or commonly called modernity. Patterns of life that are considered worrying are, consumptive lifestyles that leave productive lifestyles. Consumptive is usually used to refer to consumer behavior that utilizes a value of money greater than the value of its production for goods and services that are not a basic need. The rapid growth of coffee shops in the city of Manado apparently also influenced changes in the lifestyle of young people, especially students. There is a striking difference between Mahasiswa's current lifestyle and previous generations. Students in the city of Manado now prefer to visit coffee shops rather than going to the mall.*

*Coffee shops are considered to have a more comfortable atmosphere and better interior decoration so that it attracts the interest of visitors who incidentally come from among students who have the habit of gathering and spending time with their peers. This research is located in the coffee shop "Van Omen" located in the city of Manado.*

*Activities carried out by students spend time at the Van Ommen coffee shop where activities that show a very diverse student lifestyle are carried out at the venue. Students already consider that hanging culture is a habitual activity that is valuable to do*

*Keywords: Lifestyle, college Students, Coffee Houses*

## Pendahuluan

Era globalisasi merupakan perubahan global yang melanda seluruh dunia. Keadaan dunia saat ini tentunya berbeda dengan keadaan terdahulu. Perubahan tersebut sesungguhnya juga terjadi dengan pola hidup masyarakatnya di kemudian hari. Modernisasi telah banyak merubah kehidupan pada zaman ini perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari zaman ke zaman. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga membawa pengaruh yang cukup besar terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan sosial budaya di tengah masyarakat.

Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup *lifestyle*. Gaya hidup sendiri merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa juga disebut modernitas. Pola hidup yang dianggap mengkhawatirkan adalah, pola hidup konsumtif yang meninggalkan pola hidup produktif. Konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang

memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

Konsumerisme demikian menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut-atribut tertentu. Membeli suatu produk secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran semua para konsumen dan akhirnya melahirkan pola-pola konsumerisme yang tidak ada habisnya. Akhirnya membeli suatu produk juga dianggap sebagai sebuah aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri memutuskan membeli atau tidak juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain sebagai simbol status, gengsi, dan image manusia modern dan tidak ketinggalan zaman. Perilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang lebih besar dapat terjadi contohnya, seperti sifat boros.

Pesatnya pertumbuhan *warung kopi* di Kota Manado ternyata juga mempengaruhi perubahan gaya hidup anak muda khususnya Mahasiswa. Ada perbedaan yang mencolok antara gaya hidup

Mahasiswa saat ini dengan generasi sebelumnya. Hal ini sangat didukung oleh kemajuan teknologi dan informasi. Selain itu, perkembangan pesat tersebut juga mendorong munculnya berbagai tempat yang menjadi pusat pergaulan anak muda. Pusat-pusat perbelanjaan, tempat-tempat hiburan seperti *cafe*, klub malam, dan kedai kopi sekarang menjadi pilihan para anak muda Mahasiswa untuk menghabiskan akhir pekan dan juga waktu luang mereka. Peluang ini kemudian menciptakan manusia-manusia yang lebih kreatif dalam berpikir dan dalam berbisnis. Banyak usaha-usaha yang muncul akibat dari ide-ide kreatif yang kemudian berhasil menciptakan pasarnya sendiri, ataupun tercetus ide usaha kreatif yang terinspirasi dari hasil pengamatan terhadap perilaku orang lain. Hal ini ditandai dengan menjamurnya warung-warung makan dan *warung kopi* di Manado.

Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tradisi minum kopi terutama di pagi hari adalah menjadi kebiasaan masyarakat pada setiap harinya.

Namun, saat ini tidak hanya di pagi hari saja, di sela-sela aktivitas dan jadwal yang padat masyarakat lebih memilih untuk berkumpul dan minum kopi, misalnya pada jam istirahat siang untuk menjadi teman menghabiskan waktunya. Tradisi minum kopi tidak hanya sekedar untuk melepas dahaga, tetapi juga untuk menemani aktivitas kehidupan masyarakat seperti reuni, kencan, mengerjakan tugas, dan lain-lain. Hal inilah yang membuat tren minum kopi terus meningkat tajam dan secara tidak disadari, tradisi minum kopi ini telah menjadi bagian dari *tren* gaya hidup.

Melihat kejadian yang ada di kedai kopi kini muncul menjadi sebuah simbolik yang melekat bagi para penikmatnya, tidak hanya dari tingkat kenikmatan semata, gaya hidup dan gaya yang khas, tetapi kini fungsinya semakin mendapatkan hati di masyarakat khususnya Mahasiswa di Manado, selain terjangkau harganya, nilai yang nyata di kedai kopi juga menjadi hiburan yang melekat dari kehidupan masyarakat. Dari suatu pengamatan langsung, kedai kopi banyak memberikan layanan sebagai pusat-pusat interaksi so-

sial, kedai kopi dapat memberikan kesempatan kepada anak muda mahasiswa Manado untuk berkumpul, berbincang-bincang, bermain, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu maupun dalam kelompok kecil.

Budaya minum kopi awalnya itu minuman kopinya berwarna hitam pekat, rasanya pahit dan panas. Selain itu, karena tempatnya berupa sebuah warung yang suasana tempatnya juga panas dan penuh dengan orang-orang maka orang yang minum kopi merasakan panasnya. Penikmat kopi dulunya itu orang-orang tua yang bisa membuat mereka merasakan dan menikmati panasnya setelah minum kopi. Karena kopi minuman kuno dan mempesona di masa lalu, yang tidak kehilangan pesona bahkan sekarang dapat menemukannya di mana-mana.

Bagi sebagian pecinta kopi, menikmati secangkir kopi mungkin hal yang biasa dilakukan di waktu senggang dan bisa dilakukan di mana saja. Namun bagi kalangan tertentu menikmati kopi bukan hanya bagaimana merasakan sensasi manis dan

pahit, tetapi aktivitas itulah yang akan berdampak lebih luas. Misalnya para eksekutif muda akan menikmati secangkir kopi dengan menjalankan aktivitas dengan relasi bisnisnya atau melanjutkan pekerjaannya. Begitu juga dengan Mahasiswa, menikmati secangkir kopi hanya bermakna jika dilakukan di kedai kopi yang diselingi dengan diskusi kecil.

Mahasiswa Di Kota Manado saat ini lebih memilih untuk mengunjungi Warung kopi di bandingkan pergi ke Mall. Kedai kopi dianggap lebih memiliki suasana yang lebih nyaman dan dekorasi interior yang lebih bagus sehingga menarik minat pengunjung yang *notabene*-nya berasal dari kalangan Mahasiswa yang mempunyai kebiasaan berkumpul dan menghabiskan waktu bersama teman sebayanya. Beberapa tahun yang lalu sebelum berkembangnya warung-warung kopi, para Mahasiswa di Kota Manado banyak menghabiskan waktu luang bersama kerabatnya untuk mengobrol dengan berjalan-jalan di pusat perbelanjaan seperti *Mall*. Namun setelah munculnya berbagai macam

warung kopi yang sekarang ini menjadi *tren* di Manado, tempat persinggahan para anak muda Mahasiswa Manado untuk menghabiskan waktu bersama kerabatnya mulai beralih ke warung kopi.

Warung kopi dengan demikian terlihat bukan hanya tempat berjual beli semata, namun juga mempunyai fungsi lain bagi masyarakat yang bersangkutan. Alasan-alasan itu lah menjadi daya tarik warung kopi yang begitu mempesona bagi penikmatnya. Dari siang hingga malam warung kopi membuat cerita yang tidak pernah habis untuk di perbincangkan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti ingin melakukan penelitian bagaimana pola budaya minum kopi di kalangan remaja dan terbentuknya budaya Minum Kopi karena anak muda sekarang budaya minum kopi hanyalah di jadikan gaya hidup atau *prestise*.

### **Konsumsi dan Gaya Hidup**

Dalam sosiologi, konsumsi tidak hanya di pandang bukan sekedar pemenuhan kebutuhan yang bersifat fisik dan biologis manusia, tetapi berkaitan dengan aspek-aspek sosial budaya.

Konsumsi berhubungan dengan masalah selera, identitas, atau gaya hidup. Menurut para ekonom, selera sebagai suatu yang stabil, di fokuskan pada nilai dan guna di bentuk secara individu, dan dipandang sebagai sesuatu yang eksogen. Sedangkan menurut sosiolog, selera sebagai suatu yang dapat berubah, difokuskan pada suatu kualitas simbolik suatu barang, dan tergantung persepsi selera orang lain.

Weber (1978) (dalam George Ritzer & Barry Smart, 2012) berpendapat bahwa selera merupakan pengikat kelompok dalam (*in-group*). Aktor-aktor kolektif berkompetisi dalam penggunaan barang barang simbolik. Keberhasilan dalam berkopetisi ditandai dengan kemampuan untuk memonopoli sumber budaya, sehingga akan meningkat prestise dan solidaritas kelompok dalam.

Sedangkan Veblen (1973) (dalam George Ritzer & Barry Smart, 2012) memandang selera sebagai senjata untuk berkompetisi. Kompetisi tersebut berlangsung antar pribadi. Antara seorang dengan orang lain. Hal ini

tercermin dalam masyarakat modern yang menganggap selera orang dalam mengonsumsi suatu barang akan dapat melihat selera dasar dan penghargaan yang didapat.

Konsumsi dapat dipandang sebagai bentuk identitas. Barang-barang simbolik juga menunjukkan kelompok pergaulannya. Simmel (dalam George Ritzer & Barry Smart, 2012) mengatakan bahwa ego akan runtuh dalam kehilangan dimensinya jika tidak di kelilingi oleh objek eksternal yang menjadi ekspresi dalam kecenderungannya, kekuatannya dan cara individualnya karena mereka mematuhi, atau dengan kata lain miliknya. Sebagai contoh, seorang pejabat yang meletakkan ensiklopedi dalam rak ruang tamu atau kantornya yang menandakan bahwa ia mampu membeli barang yang harganya relatif mahal tersebut. Walau sebenarnya tidak pernah dibaca, sehingga dapat dikatakan hanya sebagai pajangan semata.

### **Pembahasan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan di kedai kopi Van Ommen, peneliti menemukan hasil mengenai fenomena gaya hidup

kaum muda di Van Ommen, yang mencakup mengenai aktivitas yang dilakukan kaum muda di Van Ommen, ketertarikan kaum muda terhadap suatu hal dan sudut pandang kaum muda terhadap fenomena budaya nongkrong saat ini. Seperti yang dikatakan Plummer (1974) dalam jurnalnya yang berjudul *The Concept of Life Style Segmentation* mengatakan bahwa: *"Lifestyle as used in life style segmentation research measures people's activities in term of (1) how they spend their time, (2) their interest, what they place importance on in their immediate surroundings, (3) their opinion in terms of their view of themselves and the world around them.* Yang artinya aktivitas yang dilakukan terkait bagaimana mereka menghabiskan waktunya, juga ketertarikan dan prioritas mereka, serta opini apa yang dianggap penting bagi lingkungan sekitarnya. Hal ini terlihat pada kesenangan kaum muda untuk mendatangi Van Ommen, yang menarik adalah kaum muda datang ke Van Ommen tidak hanya untuk membeli kopi dan langsung meninggalkan tempat begitu saja, tetapi mereka melakukan aktivitas lain seperti, nongkrong, ngobrol

berjam-jam dengan teman atau pun pasangan, mengerjakan tugas kuliah dan kantor dan bahkan bertemu rekan bisnis di Van Ommen. Tentu ini suatu hal yang sangat menarik di mana bermula dari ngobrol santai dan nongkrong telah menciptakan suatu gaya hidup baru pada zaman sekarang.

Minum kopi tak lagi sederhana pada zaman dahulu yang hanya dengan secangkir kopi panas saja, tetapi Van Ommen telah membuat perubahan yang sangat berdampak besar bagi hidup gaya hidup kaum muda. Tidak hanya menjual minuman dan makanan layaklah tempat biasa lainnya, tetapi Van Ommen juga telah berhasil menjual atmosfer kenyamanan tempat serta service yang baik kepada para pelanggan. Maka dari itu tidak heran jika kita melihat banyaknya orang yang senang berlama-lama menghabiskan waktu di Van Ommen. Mengenai fenomena yang terjadi pada zaman sekarang yang dilihat dari sudut pandang sosiologi, C. Wright Mills mengatakan melalui tiga kata yaitu *the sociological Imagination* yang merupakan

suatu syarat untuk kita agar kita dapat lepas dari rutinitas harian kita sehingga kita mampu melihat sesuatu ataupun peluang yang baru. Hal ini sesuai dengan apa yang peneliti temukan selama proses observasi dan wawancara kepada para pengunjung Van Ommen.

#### 1. Aktivitas di Van Ommen sebagai gaya hidup mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kaum muda sangat menikmati suasana di Van Ommen. Hal ini terbukti dari kesenangan mereka datang ke Van Ommen dalam satu minggu itu bisa berulang kali. Tidak hanya untuk membeli dan meminum secangkir kopi saja tetapi banyak hal yang dilakukan seperti nongkrong, ngobrol, diskusi mengenai pekerjaan, bahkan Van Ommen sudah menjadi tempat kedua untuk mengerjakan tugas kuliah atau pun kantor. Maka dari itu tak jarang dari mereka menghabiskan waktu yang sangat lama bahkan berjam-jam selama berada di Van Ommen.

Mendatangi Van Ommen juga merupakan suatu hiburan, mereka berpendapat bahwa dengan mengunjungi Van Ommen me-

rupakan salah satu alternatif aktivitas yang menyenangkan serta dapat mengurangi kepenatan dan lelahnya aktivitas sehari-hari. Karena aktivitas mencakup segala aspek tidak hanya soal kuliah tetapi dalam hal rekreasi, hobi dan kegiatan sosial merupakan hal yang berkaitan dengan aktivitas. Hal ini sesuai seperti apa yang dikatakan oleh Schiffman dan Wisenblit (2014) bahwa *"Time and Activity are being active and busy in one's job and life and expanding one's horizons"*.

## 2. Ketertarikan kaum muda terhadap Van Ommen

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menemukan bahwa Van Ommen mempunyai daya tarik tersendiri bagi kaum muda, tidak hanya soal kenyamanan tempat yang ditawarkan namun mengenai rasa kopi yang disediakan pun sangatlah khas, juga hal yang terpenting kita menemukan suatu poin bahwa kopi tidak hanya untuk sebuah refreshment semata, lebih dari pada itu kopi telah memiliki simbol nilai tersendiri sebagai bagian dari aktivitas sosial seseorang. sehingga mereka

berpendapat bahwa karena rasa suka terhadap kopi Van Ommen, membuat aktivitas minum kopi menjadi suatu rutinitas yang harus dijalani. Maka dari itu mereka tidak pernah merasa bosan untuk datang ke Van Ommen. Ini terbukti, bahwa kaum muda khususnya mahasiswa sangat menyukai minuman dan makanan di Van Ommen bahkan mereka tidak keberatan untuk mengeluarkan uang untuk membeli minuman dan makanan yang mereka sukai di Van Ommen.

## 3. Budaya nongkrong kaum muda

Budaya dapat diartikan hal-hal yang bersangkutan dengan akal dan cara hidup atau gaya hidup yang selalu berubah dan berkembang dari waktu ke waktu, pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan peneliti yang menunjukkan bahwa budaya nongkrong berkembang begitu cepat. Kaum muda sudah menganggap budaya nongkrong menjadi suatu aktivitas yang sangat wajar untuk dilakukan. Dalam hal ini Van Ommen pun telah berhasil melihat fenomena nongkrong kaum muda dengan tepat,

terbukti Van Ommen sudah memfasilitasi hobi kaum muda untuk nongkrong dengan menawarkan suasana tempat yang nyaman dan didukung dengan sambungan internet yang baik. Hasil penelitian sesuai dengan menurut Stanford Research Institute (SRI) dalam Hawkin, Best dan Coney (2013) mengatakan bahwa karakteristik kaum muda dalam kategori *experiencers* dicirikan sebagai individu yang antusias, impulsif dan pemberontak. Di mana mereka juga sangat senang mencari hal yang baru untuk dilakukan dan bahkan sangat berisiko untuk diri mereka. Dan dikatakan juga jika kaum muda tidak hanya senang dengan aktivitas nongkrong tetapi kaum muda juga sangatlah senang menghabiskan uangnya untuk sesuatu seperti fashion, makanan, musik, film dan kegiatan lainnya yang berdasarkan atas kesenangan.

#### 4. Faktor pembentuk gaya hidup

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang membentuk gaya hidup kaum muda. Diantaranya kaum muda mempunyai persepsi bahwa Van Ommen memiliki sebuah prestise

sosial, sehingga kaum muda sudah menjadikan Van Ommen sebagai gaya hidupnya. Selain itu dalam era modern saat ini fashion merupakan suatu hal utama dalam pengaktualisasian diri di hadapan publik dan juga media sosial. Maka dari itu dengan gaya hidup kaum muda sering kali terbentuk atas pengaruh industri gaya hidup, iklan gaya hidup dan public relation.

Perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan para peminum kopi merupakan bagian dari gaya hidup sebagian masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari maraknya media sosial seperti iklan, internet, dan lain sebagainya. Sementara itu selain media sosial dan teman, lingkungan keluarga juga akan mempengaruhi perilaku mengonsumsi kopi. Perilaku mengonsumsi kopi yang biasanya dilakukan oleh orang tua telah diturunkan pada seorang anak. Perilaku mengonsumsi kopi sekarang ini dilakukan oleh semua kalangan, mulai dari kalangan menengah ke bawah sampai kalangan menengah ke atas. Kopi dikonsumsi mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, namun khususnya kaum mudalah yang

banyak mengonsumsi kopi. Kopi sekarang ini bukan sekedar minuman orang tua. Menikmati secangkir kopi sudah menjadi kebiasaan sebagian masyarakat di Kota Manado. Minum kopi yang dilakukan pada pagi hari dapat memberikan semangat untuk mengawali rutinitas sehari-hari.

Perilaku menikmati minuman kopi sekarang ini telah menjadi suatu kebiasaan atau budaya masyarakat. Dalam perilaku mengonsumsi kopi ada makna tertentu dari setiap individu. Makna minum kopi sendiri dalam masyarakat sekarang ini tidak lagi menjadi satu-satunya aktivitas untuk memenuhi kebutuhan nilai fungsi, melainkan sebagai pemenuhan kebutuhan nilai simbolik. Di mana pemaknaan minum kopi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup, akan tetapi juga sebagai alat untuk mengekspresikan diri.

Selanjutnya, perilaku mengonsumsi kopi yang tadinya dilakukan dirumah sekarang ini mengalami pergeseran atau perubahan. Hal ini disebabkan oleh arus globalisasi yang membawa pengaruh terhadap perkembangan kota termasuk Kota Manado.

Globalisasi disebabkan oleh perkembangan kapitalisme yang melahirkan pasar global dan didominasi oleh negara-negara maju. Di mana dalam hal ini dapat ditandai oleh maraknya pusat perbelanjaan, industri mode atau fashion, munculnya hunian mewah, berkembangnya industri properti dan gencarnya iklan dalam mempromosikan berbagai gaya hidup baru. Hal-hal tersebut yang memperlihatkan betapa kuatnya pengaruh globalisasi dan transformasi kapitalisme konsumsi terhadap sebagian besar masyarakat. Globalisasi juga terjadi dalam setiap aktivitas ekonomi, termasuk aktivitas dalam mengonsumsi kopi.

Perkembangan globalisasi menghasilkan bertambahnya kesamaan di semua tempat, kedai kopi modern yang telah menjadi tren di kalangan masyarakat. Di mana yang di cari bukanlah kopi itu sendiri melainkan fasilitas, suasana, prestise dan gengsi. Maraknya kedai kopi yang berada di Kota Manado telah mengalami standarisasi, dalam artian konsep dari budaya minum kopi (ngopi) adalah gambaran budaya minum

kopi yang telah ditawarkan oleh kedai kopi.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat di tarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk aktivitas yang dilakukan oleh para mahasiswa menghabiskan waktu di kedai kopi Van Ommen di mana aktivitas yang menunjukkan suatu gaya hidup mahasiswa sangat beragam dilakukan di tempat tersebut. Peneliti menemukan adanya aktivitas seperti nongkrong bersama teman, mengobrol, berdiskusi, dan mengerjakan tugas kuliah. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa sangat senang nongkrong di kedai kopi Van Ommen, hal ini merupakan bukti adanya keter-tarikan tidak hanya terhadap rasa kopi di kedai kopi Van Ommen yang khas tetapi lebih dari itu Van Ommen memiliki daya tarik lain, seperti nyamannya tempat serta fasilitas yang disediakan membuat kaum muda sangat senang berlama-lama di rumah kopi Van Ommen.

2. Gaya hidup mahasiswa yang sering menghabiskan waktu di warung kopi berdasarkan hasil penelitian ditemukan fenomena nongkrong, mahasiswa sudah

menganggap bahwa budaya nongkrong menjadi suatu aktivitas kebiasaan yang bernilai untuk dilakukan. Bahkan nongkrong sudah menjadi wadah atau tempat untuk mengaktualisasikan diri pada ruang publik. Terlepas dari itu budaya nongkrong memiliki dampak yang positif maupun negatif untuk kaum muda saat ini, tetapi dalam melihat fenomena tersebut dapat kita ambil sisi positif yang khususnya bagi para peserta didik, budaya nongkrong dapat memberikan suatu ruang berpikir dan bergaul secara luas yang sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat serta mendorong seseorang untuk lebih kreatif sehingga dapat memicu seseorang untuk melakukan sosialisasi yang baik dengan lingkungan sekitar.

3. Faktor yang membentuk gaya hidup mahasiswa, diantaranya ada persepsi bahwa rumah kopi Van Ommen memiliki sebuah prestise sosial, sehingga mahasiswa sudah menjadikan rumah kopi Van Ommen sebagai gaya hidupnya. Selain itu dalam era modern saat ini penampilan merupakan suatu hal utama dalam pengaktualisasian diri di hadapan publik dan juga media sosial

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abercrombie, Nicholas, ect. 2010. *Kamus Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ahmadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Ahmadi, A & Sholeh, M. 1991. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ali, Mohammad. 2004. *Psikologi Remaja (Remaja dan Perkembangannya)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Chaney David. 2001. *Lifestyle sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta Jalasutra.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Gunarsa, S. D, & Gunarsa, Y. S. D. 2001. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: BPK Gunung Mulia
- Hartaji, D. A. 2012. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Skripsi strata satu, Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma
- Hurlock, Elizabeth B. 1994. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang*
- Hawkins, Roger J. Best, Kenneth A. and Coney 2012. *Consumer Behaviour Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Joseph T. Plummer, "The Concept of Life Style Segmentation I, Journal of Marketing, Vol 38 (Januari 1974) pp. 33-37
- Kulsum Umi, Jauhar Mohammad. 2014. *Pengantar Psikologi Sosial*. Jakarta: Prestasi Pustaka Jakarta

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama.
- Mead, George Herbert (1938). *The Philosophy of the Act*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bnadung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nueman, Lawrence W. 2013. *Metode Penelitian Sosial: Penedektan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta : PT Indeks.
- Nugroho. 2008. *Keperawatan Gerontik*. Buku Kedokteran EGC: Jakarta
- Papalia, D. E. , dkk. 2008. *Human Development (Psikologi Perkembangan)* edisi kesembilan, cetakan ke-1. Jakarta: Kencana
- Ritzer, George. 2012. *Teori Sosiologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Shiffman, Leon G. Wisenblit, Joseph L. 2014. *Consumer Behaviour Eleventh Edition*. England : Person Education Limited.
- Siswoyo. Dkk. 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Santrock, W. J. 2007 *Adolescence, eleventh edition*. Terjemahan Benedictine Widyasinta. Jakrta: Erlangga
- Setiadi, Elly M dan Usman Kolip. 2011. *Pengantar Sosiologi*. Jakatra : Kencana.
- Soekanto, S. 1999. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: CV Rajawali.
- Yusuf, Syamsu. 2012. *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya