



Perbedaan Perilaku Konsumtif Pada Perempuan Berkerja Dan Perempuan Tidak Berkerja

Supriyati¹⁾ Rahmad Purnama²⁾ Yunia

Purnamasari Putri³⁾

Psikologi Islam, Ushuludin dan Studi Agama, UIN Raden Intan Lampung

supriyati.deazzam@gmail.com¹⁾ rahmadpurnama@radenintan.ac.id²⁾ yuniapputri@gmail.com³⁾

Abstract

Consumptive behavior is currently found in various kinds of social status. Both from the businessmen, traders, civil servants, students, men and women. Many women who work or not work always shop. It is possible that women who do not work also have consumptive behavior because in today's sophisticated era, access to purchases is easy. When they are happy or sad, they prefer to shop. But it can make them have the habit of shopaholic aka crazy shopping. The purpose of this comparative research is to reveal or find out the differences in consumptive behavior between working women and non-working women. Researchers used quantitative research methods with purposive sampling technique. The population in this study were women who worked and did not work at Dusun Calling 1 Desa Serbajadi 1. After doing the try out, the researcher did the actual research. The subjects in this study were Serbajadi 2 Hamlet with 80 subjects consisting of 40 working women and 40 unemployed women. Based on the results of data analysis in this study and reinforced by the theoretical basis that has been described, it can be concluded that "there are differences in consumptive behavior in working women and women not working". The t-test analysis showed that there was a very significant difference between working women and unemployed women, indicated by 5.722 and $p = 0.002$ or $p < 0.05$. The average result for working women is 58.48 while the average for women not working is 63.63. It can be concluded that women who do not work have higher consumptive behavior.

Keywords: consumptive behavior, working women, housewives

Abstrak

Perilaku konsumtif saat ini banyak ditemukan pada berbagai macam status sosial masyarakat. Baik dari kalangan pengusaha, pedagang, PNS, Pelajar, laki-laki maupun perempuan. Banyak perempuan yang bekerja ataupun tidak bekerja selalu berbelanja. Tidak menutup kemungkinan perempuan tidak bekerja juga memiliki perilaku konsumtif karena di zaman serba canggih saat ini akses untuk membeli bisa dengan mudah. Dalam keadaan senang atau sedih mereka lebih senang berbelanja. Namun hal itu bisa menjadikan mereka memiliki kebiasaan *shopaholic* alias gila belanja. Tujuan dari penelitian komparatif ini untuk mengungkap atau mengetahui Perbedaan Perilaku Konsumtif antara perempuan Berkerja dengan perempuan Tidak Berkerja. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan yang berkerja dan tidak berkerja pada Dusun Pemanggilan 1

Desa Serbajadi 1. Setelah melakukan Try out, peneliti melakukan penelitian sebenarnya. Subjek yang ada dalam penelitian ini adalah Dusun Serbajadi 2 dengan jumlah subjek 80 orang yang terdiri dari 40 perempuan berkerja dan 40 tidak berkerja. Berdasarkan hasil analisa data pada penelitian ini serta diperkuat dengan dasar teori yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa “ada perbedaan perilaku konsumtif pada perempuan berkerja dan perempuan tidak berkerja”. Analisis t-test diperoleh hasil ada perbedaan yang sangat signifikan antara perempuan berkerja dengan perempuan tidak berkerja ditunjukkan dengan sebesar 5,722 dan $p = 0,002$ atau $p < 0,05$. Hasil rata-rata pada subjek perempuan berkerja sebesar 58,48 sedangkan rata-rata untuk perempuan tidak berkerja adalah sebesar 63,63. Dapat disimpulkan bahwa perempuan tidak berkerja memiliki perilaku konsumtif lebih tinggi.

Kata Kunci: prilaku konsumtif, perempuan berkerja, ibu rumah tangga

Pendahuluan

perempuan tidak berkerja memiliki peran sebagai perempuan, istri dan ibu rumah tangga yang memiliki tanggung jawab terhadap segala keperluan rumah tangga dan keluarga. Yakni berupa jasa maupun barang di lingkungan keluarga (Noveria, 1998). Peran ibu rumah tangga dalam mengurus kebutuhan-kebutuhan tersebut tidaklah mudah, karena setiap individu mempunyai kebutuhan masing-masing dan di dalam kehidupan sehari-hari tidak akan pernah lepas dari yang namanya kegiatan konsumsi. Konsumsi dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan baik itu berupa kebutuhan primer maupun sekunder. perempuan tidak berkerja tak luput dari perilaku konsumen karena untuk memenuhi pembelian barang kebutuhan keluarganya. Tetapi peran ibu rumah tangga juga sangat berat yaitu sebagai pengontrol keuangan keluarga.

Perilaku konsumtif saat ini banyak ditemukan pada berbagai macam status sosial masyarakat. Baik dari kalangan pengusaha, pedagang, PNS, Pelajar, pria maupun

perempuan. perempuan berkerja adalah perempuan yang menghabiskan sebagian waktunya untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang menghasilkan barang atau jasa dengan memperoleh imbalan berupa uang (Abdulah, 2010). Dalam menjalankan kehariannya, ibu berkerja dan status sosialnya, kerap dituntut agar selalu beradaptasi dengan lingkungan sosialnya. Untuk itu perempuan berkerja perlu memenuhi kebutuhan hidupnya guna penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial tersebut, baik dari segi penampilan maupun segi sarana prasarana penunjang kerja. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, terkadang perempuan sering tergoda untuk berpenampilan yang lebih menarik dibandingkan dengan orang lain. Keinginan untuk membeli sesuatu ini biasa muncul dikarenakan melihat iklan di televisi dengan rayuan-rayuan iklan yang diberikan, ikut-ikutan teman mengikuti mode yang sedang berkembang, dan seringkali mementingkan gengsinya agar tidak ketinggalan zaman. Misalnya membeli tas, baju atau sepatu untuk aktivitas kerja atau santai, perempuan sering membeli barang-barang dengan merk terkenal dan harga yang mahal padahal mereka sudah

memiliki barang tersebut dengan jumlah yang banyak dirumah.

Tidak sedikit kita menemukan perempuan yang bekerja ataupun tidak bekerja melakukan kegiatan berbelanja, baik berbelanja langsung maupun secara online. Tidak menutup kemungkinan perempuan tidak bekerja juga memiliki perilaku konsumtif karena di zaman serba canggih saat ini akses untuk membeli bisa dengan mudah (*e-commers*). Dalam berbagai kesempatan, baik senang maupun sedih mereka lebih senang berbelanja, soal belanja merupakan cara jitu melupakan semua masalah. Hal itu mungkin memberi kebahagiaan sementara, disisi lain bisa menimbulkan masalah baru, yakni menjadikan mereka memiliki kebiasaan *shopaholic* alias gila belanja. Terlebih, perempuan cenderung memiliki sifat lebih tertarik pada warna dan bentuk bukan pada hal teknis dan kegunaannya, cepat merasakan suasana toko dan juga senang melakukan kegiatan berbelanja. Corak hidup yang semakin sekuler menyebabkan fenomena konsumtif masyarakat lebih terlihat, seolah prinsip kesejahteraan seseorang identik dengan kualitas konsumsi semata. Semakin banyak yang dikonsumsi seseorang dipandang semakin sejahtera, dan hal ini telah menjadi gaya hidup (*life style*) saat ini.

Perbincangan prihal perempuan masih menjadi topik yang kontroversi dalam agama Islam, namun Islam tetap menjunjung tinggi derajat perempuan. Untuk menjaga derajat dan martabat kaum perempuan, Islam dalam kehidupan sehari-hari, memberikan tuntunan hukum syariat prihal batasan dan perlindungan bagi kehidupan perempuan, agar tidak menyimpang dari apa yang telah digariskan

Allah terhadap dirinya. Syaikh Shâlih al- Fauzân hafidzahullâh berkata: “perempuan Muslimah memiliki kedudukan yang agung dalam Islam, sehingga banyak tugas mulia yang disandarkan kepadanya”. Oleh karena itu, Nabi Shallallahu ,alaihi wa sallam selalu menyampaikan nasehat-nasehat yang khusus bagi kaum perempuan.

Berdasarkan paparan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti perbedaan perilaku konsumtif pada perempuan berkerja dan perempuan tidak berkerja di desa serbajadi Natar Lampung Selatan. Perilaku konsumtif sudah umum terjadi apabila di kota-kota besar, namun fenomena perilaku konsumtif tidak hanya merambah kota besar tetapi juga sudah mulai masuk ke desa. Akses untuk berperilaku konsumtif sangat lah mudah yaitu dengan berbelanja online maupun berbelanja langsung jadi tidak menutup kemungkinan untuk berperilaku konsumtif. Hasil observasi awal peneliti bahwa ada beberapa perempuan yang berada di Desa Serbajadi Natar memiliki ciri-ciri perilaku konsumtif, seperti halnya membeli barang yang bukan kebutuhan primer atau memenuhi kebutuhan sekunder dengan cara berhutang, mengikuti dan memenuhi gaya di kota dengan cara meminjam uang untuk membelinya. Sedangkan penghasilan mereka masih dibawah UMR karena banyak dari mereka berkerja sebagai buruh tani, buruh pabrik, dan pegawai swasta. Oleh sebab itu peneliti ingin mengungkap atau mengetahui perbedaan perilaku konsumtif pada perempuan berkerja dan perempuan tidak berkerja di desa serbajadi Natar Lampung Selatan.

Metode

Identifikasi variabel dalam penelitian ini berupa Variabel Independen: Perilaku Konsumtif (X) dan Variabel Dependen: perempuan Berkerja dan perempuan Tidak Berkerja (Y) Definisi oprasional pada penelitian tersebut ialah

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana bersifat impulsif, pemborosan, dan dilakukan atas dasar kesenangan semata. Item-item pada skala perilaku konsumtif ini disusun pada aspek-aspek perilaku konsumtif. Penyusunan skala ini berdasarkan teori Mangkunegara (2009) yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

Bentuk skala yang digunakan adalah model rating yang dijumlahkan (model Likert), yaitu merupakan metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan skalanya. Skor untuk skala perilaku konsumtif bergerak dari 1-4 dengan memperhatikan sifat item *favorabel* dan *unfavorabel*. Ketentuan penyekorannya adalah semakin tinggi skor subjek maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya dan sebaliknya semakin rendah skor subjek maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

2. perempuan Berkerja dan perempuan Tidak Berkerja

perempuan berkerja dan perempuan tidak berkerja adalah status yang dimiliki seseorang yang dapat dilihat dari identitas pada skala perilaku konsumtif. perempuan berkerja dan tidak berkerja juga sebagai subjek yang akan diteliti, informasi yang dibutuhkan untuk memenuhi kreteria subjek didapatkan dari observasi dan wawancara terlebih dahulu.

Subjek penelitian pada penelitian ini diambil berdasarkan populasi dan sampel yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yakni Skala likert dan wawancara. Skala dalam penelitian disusun oleh peneliti dengan mengacu pada aspek-aspek perilaku konsumtif yang telah dikemukakan oleh Mangkunegara (2009) yaitu Pembelian *Impulsif*, Pemborosan, dan Mencari kesenangan. Hasil dari wawancara, peneliti menemukan beberapa jawaban responden yang mengarah ke sifat pemborsan. Selain itu, terdapat beberapa responden memiliki akun online shop lebih dari satu lalu ada beberapa responden juga senang berbelanja langsung dengan cara pembayaran kredit kepada seseorang.

Analisis data mencakup kegiatan mendeskripsikan, menganalisis, dan menarik kesimpulan dari semua data kuantitatif dalam penelitian. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan analisis statistik yang berhubungan dengan data berupa angka-angka atau data yang di kuantitatifkan. Disisi lain, untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif perlu dilakukan kategorisasi sesuai dengan data yang telah diperoleh. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian perbandingan ini adalah analisis statistik uji-t (*t-test*), dengan bantuan program *SPSS For Window Seri 21.0*. Kriteria uji-t dikatakan signifikan apabila didapatkan harga $p < 0,05$. Sebelum melakukan uji-t, data harus memenuhi persyaratan yaitu dengan melakukan uji normalitas dan uji homogenitas terlebih dahulu.

Hasil dan Pembahasan

Perbedaan perilaku konsumtif antara perempuan bekerja dan perempuan tidak bekerja dapat terjadi karena dipengaruhi oleh faktor motivasi dan faktor kondisi lingkungan. Hal tersebut searah dengan pendapat Sumartono (2002) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kondisi lingkungan. Kondisi lingkungan dan alam sekitar, seperti keluarga, lingkungan kerja dan teman-teman pergaulan. Dijelaskan Cross dan Cross (dalam Hurlock,1999) juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri. Masyarakat akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Secara umumnya, perempuan adalah bagian dari masyarakat. Saat ini banyak perempuan yang mendapat kesempatan untuk ikut serta dalam berbagai kehidupan publik, berbeda dengan beribu tahun sebelumnya, perempuan dipandang tidak memiliki kemanusiaan yang utuh, dan oleh karenanya perempuan tidak berhak bersuara, berkarya dan berharta. Bahkan ia dianggap tidak memiliki dirinya sendiri. Islam secara bertahap mengembalikan lagi hak-hak perempuan sebagai manusia merdeka.

Saat ini, peran perempuan tidak lagi sebatas urusan rumah tangga dan pengasuhan anak, tetapi mulai memasuki dunia kerja diluar rumah. Hal ini dikarenakan kehidupan saat ini menuntut lebih segala kebutuhannya, baik kebutuhan yang bersifat materiil maupun kebutuhan yang bersifat spiritual, sehingga

manusia dalam kehidupan modern ini berada dalam tuntutan mencapai dan menciptakan keserasiaan dan kebahagiaan hidup. Menurut Ihromi (1990), bekerja adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan secara langsung maupun tidak langsung untuk mendapatkan penghasilan dalam bentuk uang atau barang, mengeluarkan energi dan nilai waktu.

Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah, bahkan sudah menjadi hal yang biasa atau lumrah pada kehidupan sehari-hari, selama membeli itu benar-benar ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau benar-benar dibutuhkan atau kebutuhan primer. Contohnya, membeli handphone untuk alat komunikasi. Akan tetapi, yang akan menjadi permasalahan ketika dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut seseorang atau lebih khusus pada perempuan mengembangkan perilaku yang mengarah ke pola konsumtif.

Terkait dengan aktifitas konsumsi, perempuan lebih sering menjadi sasaran bagi penjualan produk, misalnya pusat-pusat perbelanjaan dibangun sebagai tempat untuk menarik dan menyambut kaum perempuan secara khusus. Pada tingkat kebutuhan hidup, perempuan memiliki kebutuhan tambahan seperti kebutuhan kosmetik, pewangi, pemutih, pakaian khas atau kecenderungan untuk mengakses mode dan gaya hidup terbaru. Contohnya mode pakaian perempuan merupakan bagian dari siklus berkesinambungan yang memunculkan satu mode pakaian kemudian diganti oleh mode

pakaian berikutnya. Model pakaian seseorang disesuaikan dengan respons pikiran orang lain.

Penelitian yang mendukung mengenai perbedaan perilaku konsumtif antara perempuan bekerja dan perempuan tidak bekerja yaitu penelitian Kristanto (2008), berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan t-test diperoleh nilai $t = 6,486$ dan $p = 0,000$ dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan perilaku konsumtif yang sangat signifikan antara perempuan bekerja dengan perempuan tidak bekerja. Dimana perempuan bekerja perilaku konsumtifnya lebih tinggi dengan mean (84,50) dibandingkan dengan perempuan tidak bekerja dengan mean sebesar (66,90). Banyak perempuan yang bekerja ataupun tidak bekerja selalu berbelanja. Dalam keadaan senang atau sedih mereka lebih senang berbelanja. Namun hal itu bisa menjadikan mereka memiliki kebiasaan shopaholic alias gila belanja. Apalagi perempuan cenderung memiliki sifat lebih tertarik pada warna dan bentuk bukan pada hal teknis dan kegunaannya, cepat merasakan suasana toko dan juga senang melakukan kegiatan berbelanja. Selain itu fenomena konsumtif masyarakat tampak dari corak hidup yang semakin sekuler, prinsip kesejahteraan seseorang identik dengan kualitas konsumsi semata. Semakin banyak yang dikonsumsi seseorang dipandang semakin sejahtera, dan hal ini telah menjadi gaya hidup *life style* saat ini.

Penelitian sebelumnya Kristanto (2008), bahwa hasil penelitian yang memiliki kecendrungan perilaku konsumtif terdapat pada perempuan berkerja, hal tersebut di karenakan pada perempuan berkerja memiliki penghasilan

sendiri serta lingkungan juga mempengaruhi. Berbeda dengan penelitian Kristanto (2008), hasil dari penelitian ini adalah yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif terdapat pada subjek perempuan tidak berkerja dengan analisis menggunakan program SPSS *for Windows versi 21.0* Berdasarkan hasil analisis data menggunakan t-test diperoleh nilai $t=5,722$ dengan nilai $p = 0.002$ dimana $p < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan perilaku konsumtif yang sangat signifikan antara perempuan bekerja dengan perempuan tidak bekerja. Hasil rata-rata pada perempuan bekerja sebesar 58,48 sedangkan rata-rata subjek perempuan tidak bekerja adalah sebesar 63,63. Dapat disimpulkan bahwa perempuan tidak berkerja memiliki perilaku konsumtif lebih tinggi. Hal ini di karena perempuan tidak berkerja lebih banyak menghabiskan waktu di rumah, sehingga lebih banyak waktu untuk membuka online shop dan waktu luang untuk berbelanja langsung, terlihat dari hasil wawancara dan observasi awal yang peneliti lakukan. Di zaman yang serba canggih ini, mempermudah consume untuk membeli sesuatu barang. Hal tersebut sangat membahayakan untuk lingkungan sekitar terutama pada keluarga, karena perilaku konsumtif atau bisa disebut pemborosan merupakan perbuatan yang di larang agama serta merugikan untuk kehidupan yang akan datang.

Dalam memenuhi keinginan yang tidak terbatas akan merusak diri, bukan berarti seorang muslim tidak boleh mendapatkan kepuasan dari konsumsinya terhadap sejumlah barang, akan tetapi kepuasan seorang muslim harus dibatasi dan tidak berlaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dalam ajaran islam jelas merupakan perilaku tercela sebagaimana yang diterangkan dalam ayat diatas bahwa Allah telah melarang seorang muslim untuk berbelanja secara berlebihan.

Islam merupakan agama yang ajarannya mengatur segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya ialah dalam masalah konsumsi. Islam telah mengatur seluruh perilaku manusia dalam mengkonsumsi sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang apabila perilaku konsumsi dikakukan sesuai dengan Al-Qur'an dan As-sunnah maka kehidupan manusia akan lebih mencapai kesejahteraan dan keberkahan dalam hidupnya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah yaitu membelanjakan harta dengan tidak berlebihan (konsumtif), berlaku hemat, dan lain-lain.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli tidak didasarkan pada kebutuhan pokok tetapi hanya keinginan semata yang mengakibatkan sesuatu yang berlebihan dan menghamburkan uang. Perilaku konsumtif bisa membuat seseorang menjadi sombong, dan berbuat apa saja termasuk berbohong. Oleh karena itu Allah Subhanahu wa Ta'ala menganjurkan agar tidak berperilaku konsumtif, karena sesungguhnya Allah Subhanahu wa Ta'ala tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data pada penelitian ini serta diperkuat dengan dasar teori yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa “ada perbedaan perilaku

konsumtif pada perempuan bekerja dan perempuan tidak bekerja”. Analisis t-test diperoleh hasil ada perbedaan yang sangat signifikan antara perempuan bekerja dengan perempuan tidak bekerja ditunjukkan dengan sebesar 5,722 dan $p = 0,002$ atau $p < 0,05$. Hasil rata-rata pada subjek perempuan bekerja sebesar 58,48 sedangkan rata-rata untuk perempuan tidak bekerja adalah sebesar 63,63. Dapat disimpulkan bahwa perempuan tidak bekerja memiliki perilaku konsumtif lebih tinggi

Daftar Pustaka

- Abdullah, M. 2010. perempuan Karir Menurut Islam. <http://www.adln.lib.unair.ac.id>.
- Abdurrasul Abdul hasan Al-Ghafar, perempuan Islam dan GayaHidup Modern, Pustaka Hidayah, Jakarta, 1993, hlm. 164
- Amanda Belina Tetinsya, 2013. Teori Psikologi Sosial. Makasar. Fakultas Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Azwar, S. (2000). Metode Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- _____. (2012). Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- (2013). Penyusunan Skala Psikologi: Edisi 2. Yogyakarta: Rineka Cipta
- _____. (2014). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Baudrillard, J.P. (2011). Masyarakat Konsumsi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Benny Kristanto, “Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara perempuan Bekerja Dengan

perempuan Tidak Bekerja”, April th. 2008.

B.F. Skinner, Science and Human Behavior (New York: Free Press, 1953).

David G. Myers, Psikologi Sosial (Jakarta: Salemba Humanika, 2012) Hal.399
Departemen Agama RI, Al- Qur’an dan Terjemahnya, h. 366.

Depdiknas, Kamus Besar Bahasa Indonesia, ce. 3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal.859.

Ekaningrum Indri F, (2002), The Boundaryless Career Pada Abad ke –21, Jurnal Visi (Kajian Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi), Vol.IX. No.1 Februari 2002, FE Unika Soegijapranata Semarang

Endang Dwi Astuti. Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. Februari th. 2013

Engel, James F, Roger D, Blackwell, Paul.W M. 1995. Perilaku Konsumen, Jilid 2. Jakarta (ID): Binarupa Aksara.

Evika Febriana Pratiwi, Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Persepektif Status SosialEkonomi, [Http://repository.upi.edu/12107/4/S_PKh_1000788_Chapter% 2 01.pdf](http://repository.upi.edu/12107/4/S_PKh_1000788_Chapter%201.pdf) (22 Agustus 2018), hal. 1.

Lina & Rosyid, H.F. 1997. Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control

Martono, N. (2012). Model Penelitian Kuantitatif. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Muhammad Ridha, Sosiologi Waktu Senggang: Eksploitasi dan Komodifikasi Perempuan di Mall, (Cet. I; Makassar: Resistbook, 2012), h. 31.

Noveria. 1998. Minat Membeli Kosmetik Dalam Negeri Pada Ibu Bekerja dan Ibu Tidak Bekerja. Skripsi (Tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

Nurlaila Iksa, Karir perempuan Dimata Islam (Cet. I; t.t: Pustaka Amanah, 1998), h.11.
Periantolo, J. (2015). Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Yanggo, Huzaemah T. 2001. Fiqih Perempuan Kontemporer. Yogyakarta: Al-- mawardi Prima.