Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal
Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

# Pengaruh Faktor-faktor Kelas Sosial Gaya Hidup dan Daya Beli dalam Masyarakat

**Muhammad Sa'dii Fathir, Muhammad Turhan Yani, Sarmini**
Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia
fairfathir87@gmail.com, muhammadturhanyani@unesa.ac.id, sarmini@unesa.ac.id

***ABSTRACT***

*Past examination or related investigation is very important in exploratory or legitimate articles. Hypotheses and specificities regarding the relationship or impact between factors are strengthened by past or relevant exploration. This article examines the elements that impact Social Class, specifically: Way of Life, Social Class, and Purchasing Power in the public arena. The technique used in this writing is a survey writing. The reason for writing this article is to speculate the impact between factors that will be used in additional exploration. The consequences of writing this survey article are: 1) Way of Life impacts social class; 2) Social class impacts people's purchasing power.*

***Keywords:*** *Social Class, Lifestyle and Purchasing Power in Society*

**ABSTRAK**

Pemeriksaan masa lalu atau penyelidikan terkait sangat penting dalam artikel eksplorasi atau sah. Hipotesis dan kekhasan sehubungan dengan hubungan atau dampak antar faktor diperkuat oleh eksplorasi di masa lalu atau yang relevan. Artikel ini mengkaji elemen-elemen yang berdampak pada Kelas Sosial, khususnya: Cara hidup, Kelas Sosial, dan Daya Beli di kancah publik. Teknik yang digunakan dalam penulisan ini adalah survey penulisan. Alasan penulisan artikel ini adalah untuk membuat spekulasi dampak antara faktor-faktor yang akan digunakan dalam eksplorasi tambahan. Konsekuensi dari penulisan artikel survei ini adalah: 1) Cara hidup berdampak pada kelas sosial; 2) Kelas sosial berdampak pada daya beli masyarakat

**Kata kunci:** Kelas Sosial, Gaya Hidup dan Daya Beli dalam Masyarakat

## PENDAHULUAN

Kelas sosial yang lebih tinggi akan menghabiskan banyak uang untuk kemajuan merek-merek terkenal di wilayah tertentu. Saat ini, kelas sosial dengan status lebih rendah akan membeli kebutuhan sesuai dengan kemampuannya. Pengaruh kelas sosial terhadap perilaku pembeli harus dilihat dari terjaminnya kebutuhan sehari-hari, bagaimana seseorang membeli kebutuhan pokok sehari-hari atau pada dasarnya meningkatkan kelas sosial.

Ungkapan "kelas sosial" mengacu pada posisi keuangan pasar berkumpul mereka. Kelompok status mencerminkan anggapan suatu distrik mengenai gaya hidup di antara setiap kelas serta penilaian sosial yang jelas atau negatif terhadap perbedaan yang dianut oleh setiap kelas. Sepanjang kehidupan sehari-hari,

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

pembagian pasar sangatlah penting. untuk bisnis, namun juga untuk acara-acara lokal lainnya. Dalam praktik bisnis, pembagian pasar digunakan untuk memilih pasar sasaran, mencari pintu masuk penting, menghancurkan bagian terdepan pasar, menyusun pesan korespondensi, melayani dengan lebih baik, menganalisis perilaku pembeli, merencanakan produk, dan sebagainya.

Diskusi kelas sosial fokus pada perbedaan hierarki (atau stratifikasi) yang ada antara individu atau kelompok individu dalam suatu masyarakat atau budaya. Biasanya sebagian besar ordo ramah mengadakan pertemuan, namun tidak semua ordo ramah memiliki pengelompokan pertemuan yang sebanding. Ada beberapa pembagian kelas atau kelompok di mata publik yang dapat kita lihat berdasarkan ciri-ciri definisi sosial. Ada perkumpulan di beberapa tatanan sosial agraris adat, dan sering kali tidak ada pionir yang bertahan lama. Akibatnya, stratifikasi sosial dapat dihindari dalam masyarakat ini.

Di ranah publik, kelas sosial mempengaruhi perilaku pembeli, seperti pembelian produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pelanggan. Di sebagian besar kelas sosial, pembelian yang dilakukan oleh mereka yang berstatus sosial terendah memiliki nilai lebih rendah dibandingkan pembelian yang dilakukan oleh mereka yang berstatus sosial tertinggi.

Gaya hidup adalah cara individu mengekspresikan aktivitas sehari-hari, termasuk tindakan, pemikiran, dan perkataan. Secara prinsip, gaya hidup adalah cara seseorang mengatur penggunaan waktu dan sumber daya yang dimilikinya seperti tenaga, uang, pikiran, dan sebagainya. Gaya hidup menjadi bagian dalam budaya Indonesia yang mencerminkan aktivitas kesehariannya. Gaya hidup masyarakat Indonesia tercermin melalui kegiatan sehari-hari, seperti kebiasaan bergaul dengan rekan dan orang di sekitar, budaya saling membantu, budaya saling mengundang, dan sebagainya. Perkembangan budaya Indonesia ini terus terjadi seiring terjadinya globalisasi terutama di era digital saat ini.

Selanjutnya, kelas sosial cenderung dianggap sangat persuasif dalam membeli keterampilan. Orang-orang yang mempunyai tingkat kesejahteraan ekonomi tertinggi merasa sangat mudah untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan penting dan tersier. Hal ini unik dalam kaitannya dengan individu yang memiliki posisi sosial paling minimal dan merasa kesulitan untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka. Oleh karena itu, gaya hidup dan tingkat konsumsi seseorang dipengaruhi oleh keterampilan membeli tersebut. al., 1997) juga berpendapat bahwa aktivitas, minat, dan pendapat seseorang mencerminkan pola hidup mereka di dunia. Cara hidup menggambarkan "keseluruhan diri" seseorang yang berhubungan dengan keadaannya saat ini.

Banyak penulis dan mahasiswa kesulitan menemukan artikel sebelumnya atau penelitian yang relevan, berdasarkan pengalaman empiris. Artikel-artikel penting diharapkan dapat memperkuat hipotesis yang digali, melihat hubungan atau dampak antar faktor dan merangkai spekulasi. Dampak gaya hidup dan daya beli terhadap kelas sosial menjadi pokok bahasan artikel ini.

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

**KAJIAN PUSTAKA**

**A. Kelas Sosial**

Sebagaimana dikemukakan oleh Damiati, dkk (2017: 124) kelas sosial, atau disebut kedudukan sosial atau kedudukan sosial, adalah kedudukan umum seorang individu terhadap orang lain setidaknya pada satu aspek yang dipandang oleh masyarakat mempunyai nilai atau penghargaan yang tinggi. Kebutuhan dan pola konsumsi berbagai posisi sosial dan posisi individu cenderung berbeda. Selain itu, ada struktur kelas sosial di setiap masyarakat. Sosial tidak ditentukan hanya oleh satu elemen saja, misalnya gaji, namun tetap muncul sebagai gabungan dari pekerjaan, gaji, sekolah dan berbagai faktor lainnya. Kelas sosial akan berdampak pada jenis barang, jenis layanan dan merek yang dikonsumsi konsumen. Aturan digunakan oleh anggota kelas yang berbeda dalam beberapa sistem sosial.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), pembagian anggota sosial ke dalam hierarki kelas status nyata inilah yang mendefinisikan kelas sosial. Individu dari kelas ini dipartisi menjadi beberapa kelas yang mempunyai status hampir sama, sedangkan individu dari situasi lain berstatus lebih tinggi dan lebih rendah. Analisis lain mengungkapkan bahwa kelas sosial pada umumnya merupakan lapisan yang bertahan dalam gerakan terbuka dengan perbedaan dalam status, kekayaan, posisi dan nilai. (dalam Sumarwan, 2011:265) (Mowen dan Minor, 1998).

Menurut Engel (dalam Sumarwan, 2011: 265), penalaran sosial individu yang mencakup bagian dari nilai-nilai keluarga, gaya hidup, kegembiraan dan perilaku terpisah juga berdampak pada kelas sosial. Kelas sosial pada umumnya terdiri dari tiga sudut pandang, khususnya pertemuan yang secara eksplisit disukai, pakar materi pelajaran standar, dan kelas bawah yang dapat memengaruhi perilaku berbelanja seseorang. Selain itu, kelas sosial seseorang ditentukan oleh sembilan faktor lain yang dikelompokkan dalam tiga kategori: a) masalah keuangan seperti pekerjaan, gaji, dan kekayaan; b) afiliasi yang menggabungkan keyakinan individu, asosiasi, dan sosialisasi; dan c) organisasi yang menggabungkan kekuasaan, kesadaran kelas, dan kemampuan beradaptasi.

Menurut Damiati (2017), ada beberapa penanda yang dapat berdampak pada kelas sosial. Secara teoritis, indikator-indikator tersebut terdiri dari:

1. Pekerjaan. Pertanyaan mengenai jenis pekerjaan yang ditanyakan ketika seseorang bertemu dengan orang lain menunjukkan keunggulan seseorang dalam menyelesaikan kelas sosialnya. Pelatihan dan gaji berhubungan erat dengan pekerjaan. Pekerjaan memberinya status. Jenis pekerjaan yang dilakukan seseorang dan jenis orang yang bekerja dengan mereka dalam jangka panjang juga secara langsung mempengaruhi kualitas, gaya hidup, dan semua perspektif yang terkait dengan siklus penggunaan.

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

2. Pendidikan. Instruksi adalah bagian langsung dari status. Semakin tinggi derajat pendidikan seseorang, maka semakin tinggi pula kedudukan sosialnya di banyak tatanan sosial. Dalam kebanyakan kasus, pendapatan seseorang cenderung meningkat seiring dengan tingkat pendidikannya. Pelatihan menyajikan status, namun juga berdampak pada preferensi individu, nilai-nilai, dan gaya penanganan data.
3. Pendapatan. Cara paling umum untuk mengukur status dan daya beli seseorang adalah dengan melihat gajinya. Besarnya bantuan yang diberikan pemerintah dapat dilihat pada upah.

Dampak kelas sosial terhadap perilaku pelanggan harus terlihat dari perolehan kebutuhan sehari-hari, cara seseorang membeli kebutuhan sehari-hari, baik penting atau hanya untuk perbaikan, di kelas ramah akan menjadi unik. Orang-orang dari kelas sosial yang lebih tinggi akan memilih apa yang sesuai dengan kelas mereka dan akan mengeluarkan biaya yang sangat besar untuk rutinitas rutin mereka agar tidak dipandang rendah oleh pertemuan mereka.

**B. Gaya Hidup**

Cara hidup dapat memiliki arti yang berbeda-beda bagi berbagai individu, bergantung pada subjek yang mereka ketahui. "seperangkat cara berperilaku yang penting bagi orang lain dan orang lain pada saat yang sama di satu tempat," adalah definisi gaya hidup Alfred Adler pada tahun 1929. Contoh cara berperilaku mencakup hubungan sosial, pemanfaatan produk, hiburan, dan pakaian. Kecenderungan, cara-cara yang disepakati untuk menyelesaikan sesuatu, dan perilaku yang terkendali sangat penting untuk perilaku gaya hidup.

Prasyarat, benteng, dan persyaratan mengarah pada pembentukan gaya hidup. Ini adalah aliran behavioris yang mengajarkan bahwa suatu perilaku akan diulangi jika membawa kepuasan atau kepuasan, dan tidak ada hukuman untuk itu. Gaya hidup menurut Kotler (2009) adalah contoh hidup di dunia yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan sentimen. "Seluruh diri" seorang individu tercermin dalam cara orang tersebut membantu lingkungannya secara keseluruhan. Menurut Assael (1984), gaya hidup adalah “Suatu sistem kehidupan sehari-hari yang dilihat dari bagaimana individu menyumbangkan energinya (berolahraga), apa yang mereka anggap penting dalam keadaan di mana mereka berada (premium), dan sudut pandang mereka tentang diri mereka sendiri dan kehidupan mereka sendiri. Sementara itu, menurut Minor dan Mowen (2000), cara hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka menginvestasikan energinya. Cara hidup mencerminkan kewajaran seseorang secara keseluruhan terhadap keadaannya saat ini.

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

Sesuai dengan definisi di atas, gaya hidup individu adalah pendekatan individu terhadap kehidupan sehari-hari sejauh bagaimana ia berusaha, apa yang ia anggap penting dalam kehidupan sehari-hari, dan bagaimana ia memandang dirinya sendiri atau orang lain.

**C. Daya Beli Dalam Masyarakat**

Daya beli di arena publik merupakan sarana dimana tingginya tingkat kapasitas pembeli atau semakin luasnya wilayah lokal untuk membeli dan mendapatkan produk yang mereka butuhkan. Berdasarkan kemampuan tersebut, permintaan dibedakan menjadi beberapa jenis, khususnya:

- Minat yang menarik: pembeli mampu dan siap membeli suatu barang.
- Permintaan mutlak: individu tertarik pada suatu produk tetapi tidak mampu membelinya.
- Kemungkinan minat: Pembeli dapat membeli suatu barang, namun mereka belum melakukannya.

Salah satu faktor terpenting dalam menentukan target penjualan usaha kecil, menengah, dan besar adalah daya beli masyarakat.

Daya beli menurut Putong (2003) adalah kemampuan pembeli untuk membeli saham yang disebutkan dalam jumlah yang tidak terbatas di pasar tertentu, dengan harga bagian tertentu dalam rentang waktu tertentu. Selain itu, Kotler dan Keller (2009) juga berpendapat bahwa daya beli adalah perilaku yang muncul karena adanya produk yang mendorong pembeli untuk melakukan pembelian.

Musyawirah (2016) mengungkapkan bahwa ada beberapa cara unik dalam memperkirakan daya beli pembeli. Teknik-teknik ini meliputi:

1. Semburan dan struktur pemikiran.
2. Dengan menyediakan hal-hal seperti kotak ide, kartu komentar, dan barang serupa lainnya, asosiasi belanja memberikan kesempatan yang cukup kepada pembeli untuk mengekspresikan pemikiran atau pendapat mereka.
3. Pemerasan Belanja.
4. Salah satu cara untuk menentukan kepuasan pembeli adalah dengan memanfaatkan beberapa pertemuan untuk melakukan pertemuan yang sesuai dengan bentuk pembeli, kemudian melaporkan penemuan mereka mengenai karakteristik dan kelemahan produk asosiasi dan pesaing dengan mempertimbangkan kontribusinya dalam pembelian. barang dagangan ini.

Untuk membina hubungan positif antara pembeli dan penjual, daya beli harus menggunakan metode dalam segala aktivitasnya, seperti terlihat pada uraian sebelumnya..

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

**Tabel 1. Penelitian terdahulu yang relevan**

| No | Author (Tahun) | Hasil Riset Terdahulu | Persamaan dengan artikel ini | Perbedaan dengan artikel ini |
|---|---|---|---|---|
| 1. | E.2Agustina (2019) | Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Phy Shop, di Desa Bae Bendo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus) | Gaya Hidup berpengaruh terhadap Kelas sosial. | Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial. |
| 2. | O A3 rifudin, et. al, (2021) | Pengaruh Kelas Sosial, Pengalaman dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Kartu Kredit. | Gaya Hidup berpengaruh terhadap Kelas sosial. | Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial. |
| 3. | SM5 Nokadianti (2014) | Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Lingkungan dan Pengetahuan Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi. | Kelas Sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. | Gaya Hidup, Daya Beli, dan Tingkat Konsumsi berpengaruh terhadap Kelas Sosial. |
| 4. | E. Agustina (2019) | (Studi Pada Produsen Ikan Asin di Desa Panimbang Jaya Pandeglang) | daya beli. | berpengaruh terhadap Kelas Sosial. |

## METODE PENELITIAN

Teknik penyusunan artikel berupa kerangka pribadi dan kajian penulisan (Ujian Perpustakaan) memperhatikan hipotesis dan hubungan atau dampak variabel dari buku dan buku harian yang diperoleh secara *online* dari Mendeley, pakar materi pelajaran Google, dan media elektronik lainnya, serta yang ditelusuri di perpustakaan. Penyusunan survei harus mencakup kecurigaan mendasar dalam pemeriksaan teoritis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak langsung menjawab pertanyaan yang diajukan oleh master. Strategi penilaian emosional yang eksploratif adalah salah satu tujuan utama di balik mewujudkannya, (Ali & Limakrisna, 2013).

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Gaya Hidup dalam Kelas Sosial

Kelas sosial adalah "suatu pembagian masyarakat yang benar-benar homogen dan sangat kuat, yang terorganisir secara progresif dan yang individu-individunya mempunyai kualitas, minat, dan perilaku yang serupa" menurut Kotler (2005: 203).

Ada banyak cara gaya hidup seseorang mempengaruhi situasi keuangannya, dan barang-barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Cara hidup individu yang menyendiri merupakan garis besar kehidupan individu yang menyendiri sebagaimana dikomunikasikan dalam praktik, minat, dan anggapan mereka. Pada dasarnya, gaya hidup adalah cara seseorang mengatur waktu dan uangnya. Cara berperilaku seseorang dipengaruhi oleh cara hidupnya yang pada akhirnya menentukan pola pemanfaatannya. "Cara hidup secara komprehensif dicirikan sebagai contoh individu dalam hidup di planet ini, yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan sentimen mereka," ujar Bob Sabran (2009:210).

Cara hidup menggambarkan keseluruhan diri individu dalam berkomunikasi dengan keadaannya saat ini. Kelas sosial dipengaruhi oleh gaya hidup, dan cara konsumen menghabiskan waktunya merupakan dimensi atau indikator gaya hidup. Ada beberapa indikator aktivitas, antara lain aktivitas terkait pekerjaan dan aktivitas terkait liburan. Minat adalah tingkat keinginan atau penghargaan terhadap keputusan yang Anda miliki. Dalam minat ada beberapa petunjuk, khususnya keinginan terhadap barang dan minat terhadap desain. Dimensi atau indikator kelas sosial dipengaruhi oleh beberapa indikator antara lain kepuasan produk dan kesesuaian harga produk (Agustina, E., 2019).

Untuk menggarap kelas ramah dengan berfokus pada gaya hidup, yang harus dilakukan oleh para eksekutif adalah mengukur kelas sosial berdasarkan sudut pandang kesejahteraan ekonomi, yakni dengan membatasi setiap kelas sosial berdasarkan jumlah situasi yang dihadapi individu dibandingkan dengan yang dianut oleh masyarakat. individu dari kelas yang berbeda. (I.W. Sari, 2017) Kualitas cara pandang internal individu yang meliputi karakteristik pola pikir, perasaan, dan persepsi dapat ditingkatkan jika suatu gaya hidup dipersepsikan dengan baik oleh pelanggan atau konsumen.

### Pengaruh Daya Beli terhadap Kelas Sosial Dalam Masyarakat

Daya beli mempengaruhi kelas sosial, dimana sudut pandang masyarakat atau tanda kelas sosial sangat erat kaitannya dengan hadiah yang diperoleh seseorang. Gaji individu sangat erat kaitannya dengan pekerjaan yang dilakukannya, sehingga wajar jika diasumsikan bahwa tingginya gaji individu akan mempengaruhi tingkat daya beli individu. Daya beli individu yang berpengaruh pada aspek atau tanda kelas sosial dipengaruhi oleh tidak terjaminnya gaji seorang pekerja. Untuk menggarap kelas persahabatan dengan memusatkan perhatian pada kelas yang berwatak baik maka hal yang perlu dilakukan oleh pemimpin adalah mendapatkan barang yang dibutuhkan atau diharapkan oleh individu yang merasa bahwa suatu barang dengan kemampuannya harus mengikuti biaya dan berusaha untuk mendapatkannya,

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

dimana jumlahnya adalah. unit produk yang akan dibeli pembeli mengalami perubahan. tingkat biaya dalam rentang waktu dan kondisi tertentu (Haetami, A., 2019). Siklus pilihan dalam kelas persahabatan dapat diartikan sebagai tahap akhir dari pembelian yang membingungkan jika kelas sosial sangat terlihat oleh klien atau pelanggan. Ini sebenarnya akan bekerja pada sifat suatu produk atau layanan, (Azizah, N., Carolina, P.S., dan M. Alfaizi R., 2020)

Gambaran tingkat kesejahteraan masyarakat akibat peningkatan aktivitas ekonomi dapat diperoleh dengan melihat hubungan antara daya beli dan inflasi, serta jumlah pendapatan dan pengeluaran. Bisa dikatakan, tingkat pendapatan masyarakat berhubungan dengan daya belinya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Mengingat hipotesis, artikel dan percakapan terkait, mungkin masuk akal bahwa, Cara hidup berdampak pada Kelas Sosial. Peningkatan kesejahteraan ekonomi dalam suatu kelas sosial biasanya mempermudah pemenuhan kebutuhan dasar dan tersier dalam kehidupan sehari-hari. Luar biasa dibandingkan dengan posisi orang-orang yang paling terpinggirkan dalam kelas sosial yang biasanya kesulitan memenuhi kebutuhan dasar mereka. Kemudian, pada saat itu, daya beli mempengaruhi kelas sosial. Jabatan paling tinggi di mata masyarakat biasanya mempunyai daya beli yang tinggi. Meskipun demikian, mereka yang memiliki status sosial paling terbawah biasanya membutuhkan daya beli. Akibatnya, kelas sosial dan status seseorang menentukan daya belinya. Dan. Karena gaya hidup dan tingkat daya beli yang tinggi, masyarakat ekonomi utama juga memiliki tingkat daya beli yang tinggi. Namun, mereka yang tingkat kesejahteraan ekonominya paling rendah sudah memilih opsi termudah.

## SARAN

Berdasarkan uraian di atas, alasan dalam artikel ini adalah bahwa terdapat berbagai bagian yang mempengaruhi kelas sosial, terlepas dari cara hidup, kelas sosial, dan tingkat kekuatan atau perkumpulan, sehingga eksplorasi lebih lanjut masih diharapkan untuk mengetahuinya. untuk elemen yang berbeda. Apa pun yang mungkin memengaruhi kelas sosial selain faktor-faktor yang dibahas dalam artikel ini, dapat memberikan dampak yang tidak biasa.

## DAFTAR PUSTAKA

A'ini, Y., & Jannah, W. (2016). Pengaruh Penurunan Harga Karet Mentah Terhadap Daya Beli Masyarakat di Pasar Desa Pasir Jaya. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, 5(2), 125- 132

Abdul, D., Mubarok, A., Studi, P., Sekolah, M., Ilmu, T., Indonesia, E., & Beli, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. 15(3), 61–76.

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

Agustina, E. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Phy Shop, Di Desa Bae Bendo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus) (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS)

Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, 8(2), 87-98.

Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi, 5(1), 69–78. https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4839

Bella, N., Shahnaz, F., Manajemen, J., Ekonomi, F., Semarang, U. N., & Artikel, I. (2016). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online. 389–399

Haetami, A. (2019). Pengaruh Home Industry Ikan Asin Terhadap Daya Beli (Studi Pada Produsen Ikan Asin di Desa Panimbangjaya-Pandeglang) (Doctoral dissertation, UIN SMH BANTEN).

Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. 1(2), 107–116.

Mariani Shosana Giantara, & Santoso, J. (2014). Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa Di Surabaya. Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa, 2(1), 111–126.

Padly, R. (2021). Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan). Skripsi.

Pramutoko, B. (2021). JMK ( Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan ) Pengaruh Pemilihan Lokasi , Daya Beli Konsumen dan Suasana terhadap Keputusan Pedagang Kaki lima Berjualan di Jalan H . O . S Cokroaminoto Kota Kediri. 6(2), 73–85.

Safura Azizah, N. (2020). Rasuma Putri, N. M. D., & Rahyuda, H. (2017). c. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 9, 3407. https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i09.p09 Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi . Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi), 01(02), 92–101

SARI, I. W. (2017). PENGARUH GAYA HIDUP, KELAS SOSIAL, DAN KEPRIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PONDOK PERMATA SUCI DI PT. BUMI LINGGA PERTIWI (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik)

Suryani. (2004). Kelas Sosial dan Gaya Hidup Materialisme pada Remaja SMU di Jakarta Selatan. 17.

Volume 6 Nomor 8 (2024) 3984 – 3993 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691
DOI: 10.47476/reslaj.v6i8.3194

Wuryanti, L., & Zahara, Y. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, Harga Dan Kelas Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffeshop Kedai Kopi Pacar Hitam Lampung. Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen, 8(1), 1–9. https://core.ac.uk/download/pdf/353678276.pdf