

**KONSUMTIVISME WANITA DEWASA AWAL PADA TIGA WILAYAH  
KONSUMSI: PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER**

*Evrita Rosari*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan melihat konsumtivisme wanita dewasa awal pada tiga wilayah konsumsi, yaitu konsumsi primer (makanan, minuman, minuman beralkohol, kopi, *fast food*, cemilan, es krim, rokok, dan diet); sekunder (baju, celana, rok, pakaian dalam, sepatu, sandal, tas, asesoris, kosmetik wajah, kosmetik rambut dan tubuh, dan salon kecantikan) dan tersier (*gadget*, mal, diskotik, dan olahraga). Subjek dalam penelitian ini adalah 30 orang wanita yang terdiri dari mahasisiwi tingkat akhir dan pekerja di wilayah Yogyakarta dan Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan non-scaled questionnaire tentang sikap konsumtif, meliputi komponen kognitif, afektif, dan perilaku. Pertanyaan yang digunakan pada angket ini adalah pertanyaan terbuka. Kredibilitas angket konsumtivisme diujikan dengan mengkoscek ulang pertanyaan kepada subjek mengenai "Apakah mereka konsumtif atau tidak?". Pengolahan data dilakukan secara manual, yaitu dengan menghitung jumlah turus dari jawaban subjek yang sudah dikelompokan atau dikategorisasikan terlebih dahulu oleh peneliti. Data kemudian dianalisis dengan mendeskripsikan frekuensi/jumlah dan prosentase jawaban yang sesuai dengan kriteria konsumtivisme. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wanita dewasa awal lebih konsumtif pada konsumsi tersier, yaitu *gadget* (smartphone (Blackberry) dan laptop). Kedua, konsumsi sekunder, yaitu pada (baju, celana, pakaian dalam, sepatu, sandal, tas, asesoris, kosmetik wajah, kosmetik rambut dan tubuh). Ketiga adalah konsumsi primer, yaitu (*fast food*, es krim, dan cemilan). Kemudian, hampir rata-rata responden menghabiskan uang sakunya dalam 1 bulan untuk membeli barang-barang yang dikonsumsi, seperti uang saku di atas Rp 3.000.000,00 sama besarnya dengan uang pengeluaran yaitu sebesar (10%), dan uang saku di antara Rp 1.000.000,00-Rp 3.000.000,00 sebesar (56,7%), dengan jumlah uang yang sama, pengeluarannya sebesar (46,7%).

Kata kunci : konsumtivisme, wanita dewasa awal, tiga wilayah konsumsi (primer, sekunder, dan tersier)

**YOUNG ADULT WOMEN'S CONSUMERISM ON THREE  
CONSUMPTION AREAS: PRIMARY, SECONDARY, AND TERTIARY**

*Evrita Rosari*

**ABSTRACT**

*This research aimed to see young adult women's consumerism on three consumption areas, the primary consumption (food, drink, alcoholic drink, coffee, fast food, snack, ice cream, cigarette, and diet), secondary (shirt, pant, skirt, lingerie, shoe, sandal, bag, accessories, facial cosmetic, hair and body cosmetic, and beauty salon), and tertiary (gadget, mall, disco, and sport). The subjects of this study were 30 women consisting of university students who were on last year and workers in Yogyakarta and Jakarta. Data collection was performed with non-scaled questionnaire about consumer attitudes including the components of cognitive, affective, and behavior. The question used in this questionnaire is an open question. The consumerism credibility questionnaire was tested by re-cross check questions to the subject of "Are they consumer or not?". Data processing is done manually, by counting the pillar number of the subject answer that have been classified or categorized in advance by the researcher. Then, the data was analyzed to describe the frequency/number and the percentage of answer that match the consumerism criteria. The result of this research indicated that young adult women more consumptive on tertiary consumption, that is gadget (smartphone (Blackberry) and a laptop). Second, secondary consumption (shirt, pant, lingerie, shoe, sandal, bag, accessories, facial cosmetic, hair and body cosmetic). Third is the primary consumption (fast food, ice cream, and snack). Then, almost the average respondent spends her pocket money in one month to buy goods that are consumed, such as the allowance above Rp 3,000,000.00 as large as the expenditure of money that is equal to (10%), and pocket money between Rp 1,000,000.00 - Rp 3,000,000.00 amount (56.7%), with the same amount of money, expenditure amounted to (46.7%).*

Keywords: consumerism, young adult women, three areas of consumption (primary, secondary, and tertiary)