

## **Analisis Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Jero Gunung Kecamatan Sakra Barat Kabupaten Lombok Timur**

**Isfi Sholihah\* Agus Riswanto, Rohaenyah Zain, Yuliana Safitri**

Prodi Pendidikan Ekonomi FISE Universitas Hamzanwadi

Correspondence: [isfi.is84@gmail.com](mailto:isfi.is84@gmail.com)

Received: 13 Desember 2023, 2023 | Accepted: 30 Desember 2023 | Published: 30 Desember, 2023

### **Keywords:**

Consumptive Behavior; Hedonic Lifestyle; Islamic Economics

### **Abstract**

Consumption is the most basic human need. This is clearly proven in the people of Jero Gunung Village where irrational and excessive consumption behaviour has been operating due to a hedonic lifestyle pattern. In fact, in Islamic economics, needs must be oriented towards rational and positive needs in accordance with the Islamic law. This research aims to determine the influence of a hedonic lifestyle on consumer behaviour from an Islamic economic perspective in the people of Jero Gunung Village. This type of research was quantitative correlational. The population of this research was the people of Jero Gunung Village who are indicated to have consumptive behaviour. The total research sample was 42 people using Simple Random Sampling techniques. The data analysis technique used in this research was simple regression analysis. The results of the research hypothesis test show that  $T \text{ count} > T \text{ table}$  with scores  $3.202 > 2.021$ . Therefore, the hypothesis which states "There was a significant influence between hedonic lifestyle and consumer behavior in the people of Jero Gunung Village" was accepted. The coefficient of determination or  $R^2$  shows a value of 0.204, which means that the hedonic lifestyle variable has an influence of 20.4% on the consumptive behaviour variable. In general, the hedonic lifestyle and consumptive behaviour of the people of Jero Gunung Village are in the moderate category.

### **Kata Kunci:**

Perilaku Konsumtif; Gaya Hidup Hedonis; Ekonomi islam

### **Abstract**

Konsumsi merupakan kebutuhan manusia yang paling mendasar. Secara nyata dibuktikan pada masyarakat Desa Jero Gunung dimana perilaku konsumsi secara irasionalitas dan berlebihan telah beroperasi karena adanya pola gaya hidup hedonis. Padahal dalam ekonomi islam kebutuhan harus berorientasi pada kebutuhan yang rasional dan positif sesuai dengan syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi islam pada masyarakat Desa Jero Gunung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif korelasional. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Desa Jero Gunung yang terindikasi berperilaku konsumtif. Jumlah sampel penelitian sebanyak 42 orang, dengan menggunakan teknik Simple Random Sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan  $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$  yaitu sebesar  $3,202 > 2,021$ . Sehingga hipotesis yang berbunyi "Ada Pengaruh Signifikan Antara Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Desa Jero Gunung" diterima. Koefisien determinasi atau  $R^2$  menunjukkan nilai sebesar 0,204 yang berarti variabel gaya hidup hedonis memiliki pengaruh sebesar 20,4% terhadap variabel perilaku konsumtif. Secara umum, gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada masyarakat Desa Jero Gunung berada pada kategori sedang

## PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, ekonomi merupakan roda kehidupan sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan materil manusia, baik kehidupan individu maupun sosial. Salah satu yang dikaji dalam ekonomi adalah tentang konsumsi. Konsumsi sangat berpengaruh terhadap stabilitas perekonomian. Semakin tinggi tingkat konsumsi, semakin tinggi pula perubahan kegiatan ekonomi. Kebutuhan hidup manusia selalu berjalan dengan tuntunan zaman, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup saja tetapi untuk memenuhi kebutuhan pakaian, rumah, pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya.

Konsumsi adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menghabiskan daya guna suatu benda, baik yang berupa barang dan jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Perbedaan antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang (Mawardi, 2007:79).

Kebutuhan dalam Islam disebut *daruriyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniiyat* (Al-Syatibi, 2006:66). Namun kebanyakan yang terjadi pada konsumen saat ini adalah terkadang sulit membedakan antara kebutuhan (need/hajah) dengan keinginan (want/raghbah). Tuntutan gaya hidup pada saat ini, menjadikan manusia mengarah kepada sikap pemborosan yang tidak terhentikan, karena diliputi oleh pemikiran untuk berkonsumsi secara terus menerus. Dalam memenuhi kebutuhan peran keinginan lebih besar berpengaruh terhadap keputusan dalam memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu, dalam memenuhi kebutuhannya manusia diatur dalam Ekonomi Islam berdasarkan prinsip-prinsip konsumsi islami diantaranya prinsip kesederhanaan, prinsip halal dan bersih, prinsip keadilan, dan prinsip moralitas (Eko Suprayito, 2008:109-110).

Seiring dengan perkembangan zaman, dengan adanya fasilitas-fasilitas teknologi mengakibatkan pergeseran budaya, salah satunya yaitu gaya hidup. Gaya hidup yang ditawarkan pada era modernisasi saat ini mulai ikut berkembang. Gaya hidup serba mewah atau sering disebut hedonis semakin menjadi-jadi di masyarakat mulai dari remaja hingga orang tua. Hedonis merupakan salah satu dari teori motivational yang cocok dengan prinsip arah tujuan yang dianggapnya menarik (Crishtina Whidya Utami, 2006:48). Banyak faktor yang mempengaruhi kehidupan hedonis, antara lain lingkungan sekitar, pergaulan, maupun perilaku konsumtif. Dapat dikatakan, bahwa perilaku atau pola konsumsi seorang individu dapat mencerminkan gaya hidup yang ia anut. Layaknya di dalam pola konsumsi seorang individu yang konsumtif, mereka merupakan masyarakat yang suka untuk membeli suatu barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan namun demi menaikkan status sosialnya di tengah-tengah masyarakat sekitar maka ia membeli barang tersebut.

Perilaku konsumtif dapat tercermin pada beberapa tindakan, misalnya membeli karena terdapat hadiah, diskon, kemasan menarik, gengsi atau simbol status, model yang mengiklankan, dan adanya persepsi produk mahal bisa meningkatkan rasa percaya diri, bahkan membeli produk sejenis berbeda merk (Sumartono, 2002: 119). Gaya hidup hedonis lebih menerapkan pola yang hanya untuk mencari kesenangan, kenikmatan duniawi, senang

terhadap adanya keramaian, mengkonsumsi barang-barang mewah agar menjadi pusat perhatian orang, dan lebih mementingkan adanya keinginan daripada suatu kebutuhan. Timbulnya perilaku hedonis ini terjadi dikarenakan munculnya perubahan terhadap pola konsumtifnya (Chaney, 1996:41).

Perilaku konsumtif mungkin tidak menimbulkan dampak buruk yang bisa dirasakan dalam jangka pendek. Namun perilaku konsumtif adalah sifat atau kebiasaan yang bisa menjadi candu yang berujung pada keborosan dan runtuhnya kondisi ekonomi seseorang. Dari kegiatan wawancara dengan saudara Nanang Surya Jagat pada tanggal 31 Maret 2023 bahwa informan gemar mengoleksi sepatu-sepatu olahraga yang bukan dari kebutuhan tetapi rasa ingin memiliki kembali produk/barang yang serupa seperti membeli sepatu sport dengan model serupa tetapi dengan merek yang berbeda mulai dari PVN, Nike, dan Adidas. Hal yang dilakukan oleh informan sudah termasuk dalam pola konsumtif untuk memenuhi tuntutan dan gaya hidup.

Berperilaku konsumtif juga didasari oleh faktor keinginan yang tidak pernah puas dalam mencari kesenangan seperti membeli barang-barang yang dapat menunjang status sosial, gengsi, dan penampilan diri, yang dengan hal tersebut menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi bagi seseorang. Seperti halnya dengan yang dialami oleh saudara Oktum Mubin. Dari kegiatan wawancara yang dilakukan pada tanggal 2 April 2023 diketahui bahwa informan sangat merasa puas memiliki barang yang tidak dimiliki oleh teman-temannya atau orang-orang di sekitarnya. Salah satunya dengan membeli HP Iphone 12 dengan harga puluhan juta. Dengan membeli HP mahal tersebut informan mengaku merasa bangga dan merasa senang sehingga membuatnya menjadi lebih percaya diri dalam bergaul.

Dari observasi awal yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya hubungan yang erat antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, dimana perilaku konsumtif disebabkan karena adanya pola gaya hidup hedonis. Dimana masyarakat tersebut dalam kebiasaannya sering melakukan kegiatan semata-mata untuk mendapatkan kesenangan duniawi, menghabiskan waktu di tempat hiburan dan berfoya-foya, berbelanja barang-barang branded atau bermerek, secara tidak langsung masyarakat terdorong berperilaku gaya hidup yang hedonis karena pola kebiasaan konsumtifnya, dimana dalam melakukan kegiatan-kegiatan tersebut sangat menguras kantong yang dapat menimbulkan keborosan yang sebenarnya dapat digunakan untuk keperluan yang lebih utama atau yang lebih dibutuhkan.

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menekankan analisis pada data angka yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2010:5). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kausalitas yang merupakan adanya hubungan sebab-akibat (Sugiyono, 2017:59). Gaya hidup hedonis sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Populasi penelitian adalah 42 masyarakat Desa Jero Gunung yang terindikasi memiliki perilaku konsumtif dalam kesehariannya. Sampel yang digunakan adalah seluruh dari populasi karena jumlahnya kurang dari 100 orang (Arikunto, 2019:104).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner (angket) dan dokumentasi. Instrumen variabel gaya hidup hedonis dan variabel perilaku konsumtif diukur menggunakan skala *Likert* yang bertujuan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek (Kriyantono, 2009:136). Dalam instrumen terdapat lima alternatif jawaban yaitu 9 item pernyataan untuk masing-masing variabel gaya hidup hedonis dan variabel perilaku konsumtif.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif data (perhitungan Mean dan Standar Deviasi), uji asumsi klasik (uji normalitas dan uji linearitas), uji hipotesis (uji regresi linier sederhana, uji T, uji koefisien determinasi ( ), analisis hasil pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam perspektif ekonomi islam).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis deskriptif data, tingkat gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif masyarakat dikategorikan menjadi 3 kategori, yaitu tingkat tinggi, sedang, dan rendah.

Tabel 1 Hasil Mean dan Standar Deviasi

Variabel	Mean	Standar Deviasi
X (Gaya Hidup Hedonis)	19,79	3,56
Y (Perilaku Konsumtif)	21,19	3,18

Tabel 2. Hasil Kategorisasi Tingkat Gaya Hidup Hedonis

Kategori	Interval	F	%
Tinggi	$X \geq 23,35$	7	16,67
Sedang	$16,22 \geq X \leq 23,35$	27	64,29
Rendah	$X \leq 16,22$	8	19,05
JUMLAH		42	100

Tabel 3. Hasil Kategorisasi Tingkat Perilaku Konsumtif

Kategori	Interval	F	%
Tinggi	$X \geq 24,37$	6	14,29
Sedang	$18,01 \geq X \leq 24,37$	27	64,29
Rendah	$X \leq 18,01$	9	21,43
JUMLAH		42	100

Uji normalitas menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*, dinyatakan normal apabila nilai sig > 0,05. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 16 diperoleh bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai sig 0,633 > 0,05. Uji

linearitas dilakukan menggunakan teknik *Deviation From Linearity*, dinyatakan linier apabila nilai sig > 0,05. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai sig 0,163 > 0,05 maka terdapat hubungan yang linier antara variabel X dengan variabel Y.

Berdasarkan output pengolahan SPSS 16 didapatkan persamaan analisis regresi linier sederhana:  $Y = 18,737 + 0,502X$ . Berdasarkan uji T diperoleh hasil nilai signifikansi variabel gaya hidup hedonis (X) adalah  $0,003 < 0,05$  serta nilai T hitung (3,202) > T tabel (2,021) . Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Sehingga variabel gaya hidup hedonis (X) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

Tabel 6. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	18.737	4.889		3.832	.000
Gaya Hidup Hedonis	.502	.157	.452	3.202	.003

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar sumbangan pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan melihat nilai R Square. Hasil pengujian diperoleh nilai R Square 0,204, dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y yaitu sebesar 20,4% sedangkan sisanya 79,6% dapat dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.452 <sup>a</sup>	.204	.184	3.23834

Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonis

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada masyarakat Desa Jero Gunung, dari penyebaran angket pada 42 responden yang telah diolah maka dapat diidentifikasi:

Secara umum, gambaran hasil analisis deskriptif gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif sama-sama berada pada kategori sedang dengan frekuensi 27 (64,29%).

### **Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Desa Jero Gunung**

Persamaan dari uji regresi linier sederhana adalah  $Y = 18,373 + 0,502X$  yang artinya adanya hubungan antara gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif dimana artinya nilai  $a = 18,373$  jika gaya hidup hedonis adalah 0, maka perilaku konsumtif sebesar 18,373. Adapun koefisien regresi variabel gaya hidup hedonis (X) sebesar 0,502, artinya adalah jika gaya hidup hedonis mengalami peningkatan sebesar 1% maka perilaku konsumtif (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,502%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan yang positif antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Semakin besar pengaruh gaya hidup hedonis maka akan semakin meningkat perilaku konsumtif. Hasil uji koefisien determinasi pada output *model summary* terdapat pada kolom *R Square* 0,204 atau 20,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat hubungan atau besarnya persentase pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif sebesar 20,4% sedangkan sisanya sebesar 79,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

Terkait dengan kedua hasil pengujian diatas, sesuai dengan teori yang disampaikan oleh

Kotler (2003:202-213) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah faktor pribadi yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup.

Pengujian hipotesis kemudian dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau tidak. Diketahui bahwa  $t_{tabel}$  sebesar 2,021 sedangkan untuk  $t_{hitung}$  pada variabel gaya hidup hedonis sebesar 3,202. Dari hasil tersebut maka  $t_{hitung}$  pada variabel gaya hidup hedonis lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,202 > 2,021$ ) dan berdasarkan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$  maka disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Seperti yang diungkapkan oleh Fromm (2008:127) bahwa perilaku konsumtif yang terjadi kepada suatu individu yang dalam hal ini individu tersebut mempunyai keinginan untuk selalu mengkonsumsi barang tidak primer secara berlebihan, yang terjadi adalah individu tersebut selalu mencari kepuasan akhir dengan mengkonsumsi barang yang bukan sekedar mencukupi kebutuhannya tetapi untuk memenuhi keinginan-keinginan individu tersebut.

Hipotesis yang diterima dalam penelitian ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adila Safrinnisa (2017) berjudul "*Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Citra Merk Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa D3 Perbankan Syariah UIN*

*Maulana Malik Ibrahim Malang*” yang menyatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

### **Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Jero Gunung Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Sikap berlebihan pada masyarakat terlihat pada hasil jawaban kuisioner pernyataan perilaku konsumtif pada item 3 dengan nilai TCR 87,14% dengan kategori sangat baik, yang menyatakan bahwa kegiatan membeli barang mahal hanya untuk menjaga penampilan dan menarik perhatian orang. Selain itu, pada item 6 dengan nilai TCR 82,86% dengan kategori baik, yang artinya bahwa membelanjakan uang yang dimiliki untuk mengubah penampilan menjadi lebih bergensi walaupun sekedar mengikuti orang lain atau trend. Sikap berlebihan ini merupakan sikap yang bertentangan dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam yaitu prinsip kesederhanaan. Dalam prinsip tersebut dijelaskan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup, kita tidak boleh berlebih-lebihan karena sikap berlebih-lebihan sangat dibenci oleh Allah SWT dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Dalam kitab Mu`jam Alfaz Al-Qur`an Al-Karim karya Muhammad „Ali an-Najjar tercatat bahwa lafaz *al-israf* (sikap berlebihan) disebutkan sebanyak 23 kali bisa dalam bentuk apa saja yang selalu merujuk pada konteks negatif dan terlarang dengan makna yang berkisar keluar dari batas keseimbangan. Seperti yang di jelaskan dalam Al-qur`an surat Al-Araf ayat 31 Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

نَبْرَسْ وَلَا بَحْرَ لَ هَذَا الْفَرْسَ لَ وَ اَوْبْرَشْ اَوْ اَوْلَكَوْ دَجْسَه لَكْ دِنْعْ نَكْنَبْرَ اَوْ ذَخْ مَدَا  
يَنْبِي

Artinya: "Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-Araf 7: Ayat 31)

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Hendrie Anto (2003:129) bahwa preferensi konsumsi yang Islami memiliki pola dalam pemenuhan kebutuhannya: adanya pilihan yakni mengutamakan akhirat daripada dunia, harus konsisten dalam pemenuhannya (*daruriyah, hajiyyah, dan tahsiniyah*), dan harus memperhatikan etika dan moral.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil uji T, bahwa variabel gaya hidup hedonis (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) dengan besarnya pengaruh yang diberikan sebesar 20,4%. Perilaku masyarakat dalam beraktivitas, minat, dan opini belum sepenuhnya sesuai dengan ekonomi islam. Hal ini terlihat dari 42 masyarakat terdorong oleh gaya hidupnya yang cenderung hedonis yang berorientasi pada kesenangan dan bukan karena kebutuhan sehingga menyebabkan mereka berperilaku konsumtif. Dalam ekonomi islam kebutuhan harus berorientasi pada kebutuhan yang rasional dan positif sesuai dengan

syariat-syariat dan prinsip-prinsip konsumsi Islami yang berlandaskan firman Allah SWT dan hadist.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abd al-Baqi, Muhammad Fu'ad. (1996). *Mu'jam al-Mufahras li al-Fazi al-Qur'an al-Karim*. Dar al-Fikr, Al-Qahirah.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Departemen Agama Republik Indonesia. Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleena. 2009
- Anto, Hendrie. (2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset. Chaney, D. (1996). *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra Eko Suprayito. (2008). *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang
- Fromm, E. (2008). *The sane society*. British Library Cataloguing in Publication Data
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Jakarta : Prehallindo
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group
- Mawardi. (2007). *Ekonomi Islam*. Pekanbaru. Alaf Riau
- Safrinnisa, Adila. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa D3 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta
- Utami, C.W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat