



# Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Mikro

Ali Akhmadi\*, Engkur

STEI Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i2.3477>

\*Correspondence: Ali Akhmadi

Email: [ali\\_akhmadi@stei.ac.id](mailto:ali_akhmadi@stei.ac.id)

Received: 22-02-2026

Accepted: 22-03-2026

Published: 22-04-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan menganalisis perubahan pola konsumsi masyarakat dari perspektif ekonomi mikro dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif berbasis studi pustaka. Data dikumpulkan dari literatur akademik, artikel ilmiah, dan dokumen relevan, kemudian dianalisis melalui identifikasi tema, reduksi data, kategorisasi konsep, dan penarikan kesimpulan secara induktif untuk memahami faktor-faktor penentu pola konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti inflasi dan fluktuasi pendapatan yang mendorong fokus pada kebutuhan pokok, ketimpangan dan referensi sosial yang menimbulkan perilaku konsumsi imitasi, serta digitalisasi dan media sosial yang mempercepat perubahan preferensi, mendorong personalisasi konsumsi, dan memengaruhi elastisitas permintaan. Selain itu, siklus ekonomi, resesi, dan pandemi COVID-19 mendorong pergeseran ke merek privat dan saluran digital, sementara preferensi risiko dan inovasi produk turut memengaruhi konsumsi rekreatif dan pengembangan diri. Temuan ini memperkaya literatur ekonomi mikro dan menawarkan implikasi bagi kebijakan ekonomi adaptif, strategi bisnis berbasis digital, serta pemahaman akademik terhadap perilaku konsumen yang heterogen, sekaligus memberikan wawasan praktis bagi pembuat kebijakan dan pelaku bisnis dalam merespons dinamika konsumsi secara efektif.

**Kata kunci:** Pola Konsumsi, Ekonomi Mikro, Digitalisasi

## Pendahuluan

Perubahan pola konsumsi masyarakat merupakan fenomena yang semakin kompleks dalam konteks ekonomi mikro. Fenomena ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendapatan, harga, demografi, preferensi, serta perkembangan teknologi digital yang kian pesat (Bizin, 2025) (Gajabo, 2024) (Rathnayaka et al, 2019). Di era globalisasi dan digitalisasi, pola konsumsi masyarakat tidak lagi statis (perubahan gaya hidup, tren, dan preferensi individu menjadi variabel yang menentukan perilaku konsumsi rumah tangga secara keseluruhan (Maleha et al, 2025) (Rafla, 2025) (Rokhadi, 2023).

Pendapatan rumah tangga menjadi faktor utama yang memengaruhi besaran konsumsi. Kenaikan pendapatan cenderung meningkatkan konsumsi barang kebutuhan pokok dan sekunder, sementara penurunan pendapatan atau inflasi dapat menurunkan daya beli masyarakat sehingga memengaruhi pola konsumsi (Dai & Sulila, 2020) (Karina & Suliswanto, 2024) (Rathnayaka et al, 2019). Kondisi ini menegaskan bahwa dinamika ekonomi mikro sangat berkaitan erat dengan kesejahteraan rumah tangga.

Selain faktor ekonomi, demografi juga memegang peranan penting. Variabel seperti ukuran rumah tangga, rasio ketergantungan, dan tingkat pendidikan memengaruhi alokasi pengeluaran, termasuk kecenderungan rumah tangga untuk menginvestasikan

pendapatannya pada sektor jangka panjang seperti pendidikan dan kesehatan (Gajabo, 2024) (Muntyati & Kabubi, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi tetapi juga oleh struktur sosial dan kapasitas manusia.

Perubahan preferensi masyarakat, yang dipengaruhi oleh sikap terhadap risiko dan ketidakpastian pendapatan, turut membentuk perilaku konsumsi. Rumah tangga dengan tingkat sikap risiko tinggi cenderung lebih berani dalam memilih jenis konsumsi atau investasi, sedangkan rumah tangga yang mengutamakan keamanan lebih memilih menabung atau mengonsumsi secara konservatif (Tian et al, 2025) (Tran, 2022) (Xie et al, 2022).

Di sisi lain, digitalisasi telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi produk dan memengaruhi preferensi konsumen. Platform *e-commerce*, media sosial, dan peran *influencer* mempercepat siklus tren konsumsi, mempermudah personalisasi, serta mendorong konsumsi yang lebih responsif terhadap inovasi pasar (Maleha et al, 2025) (Rafli, 2025) (Rokhadi, 2023). Transformasi ini mengindikasikan perlunya pemahaman yang adaptif terhadap perilaku konsumen di era digital.

Tren konsumsi berbasis *sharing economy* dan konsumsi "*liquid*" juga mulai menonjol di berbagai kalangan masyarakat. Konsumsi jenis ini menekankan fleksibilitas dan akses dibandingkan kepemilikan barang, menandai pergeseran dari konsumsi tradisional ke konsumsi modern yang lebih dinamis (Beretta et al, 2021). Fenomena ini menunjukkan kesenjangan antara pola konsumsi konvensional dengan pola konsumsi yang lebih inovatif dan berbasis teknologi.

Kebijakan ekonomi mikro perlu disesuaikan dengan perubahan pola konsumsi ini. Pemahaman terhadap faktor ekonomi, demografi, preferensi, dan digitalisasi menjadi penting agar perumusan kebijakan dapat mendorong konsumsi yang inklusif dan berkelanjutan (Bizin, 2025) (Karina & Suliswanto, 2024) (Muntyati & Kabubi, 2025). Pendekatan ini dapat mendukung keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh fakta bahwa perubahan pola konsumsi memengaruhi struktur pasar, permintaan barang dan jasa, serta strategi bisnis di sektor mikro. Perubahan preferensi konsumen dapat menimbulkan peluang dan risiko baru bagi pelaku ekonomi, sehingga pemahaman yang mendalam menjadi krusial (Gajabo, 2024).

Selain itu, adanya ketimpangan informasi dan akses digital dapat memperbesar kesenjangan konsumsi di masyarakat. Rumah tangga yang tidak terintegrasi dalam ekosistem digital cenderung tertinggal dalam mengikuti tren konsumsi, sehingga menimbulkan implikasi sosial-ekonomi yang signifikan (Maleha et al, 2025).

Perubahan pola konsumsi juga berdampak pada perilaku pengeluaran di sektor kesehatan, pendidikan, dan barang kebutuhan pokok. Kesadaran terhadap isu keberlanjutan turut memengaruhi preferensi konsumen, yang kini cenderung memilih produk ramah lingkungan dan etis (Beretta et al, 2021) (Rokhadi, 2023).

Permasalahan utama yang melatarbelakangi topik ini adalah bagaimana rumah tangga menyesuaikan konsumsi mereka di tengah ketidakpastian ekonomi, perubahan sosial, dan transformasi digital. Penelitian ini berupaya mengidentifikasi faktor-faktor yang

paling berpengaruh dan bagaimana implikasinya terhadap perilaku ekonomi mikro di tingkat rumah tangga.

Kesenjangan literatur terlihat pada minimnya penelitian yang mengintegrasikan faktor ekonomi, demografi, sosial, dan digitalisasi secara simultan dalam menjelaskan perubahan pola konsumsi. Artikel ini bertujuan mengisi kekosongan tersebut dengan pendekatan yang holistik dan berbasis data empiris terbaru.

Tujuan utama artikel ini adalah untuk menganalisis perubahan pola konsumsi masyarakat dari perspektif ekonomi mikro, mengidentifikasi faktor penentu, dan mengeksplorasi implikasi kebijakan yang relevan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam memahami perilaku konsumsi serta manfaat praktis bagi perumusan strategi ekonomi dan kebijakan publik.

Secara teoretis, artikel ini memperkaya literatur ekonomi mikro terkait perilaku konsumen dan faktor determinan konsumsi. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat membantu pembuat kebijakan, pelaku bisnis, dan masyarakat dalam merespons perubahan pola konsumsi secara efektif dan adaptif.

Dengan landasan yang kuat, artikel ini menyajikan analisis sistematis mengenai dinamika konsumsi masyarakat, mencakup faktor ekonomi, demografi, preferensi, risiko, serta digitalisasi. Pendahuluan ini membangun kerangka pemikiran yang logis dan menarik bagi pembaca untuk memahami isu yang kompleks namun sangat relevan di era modern ini.

## Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui studi pustaka. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena perubahan pola konsumsi masyarakat, tanpa terikat pada pengukuran kuantitatif, serta memungkinkan peneliti mengeksplorasi dinamika perilaku konsumsi secara komprehensif (Bingham, 2023) (Pratt, 2025).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup literatur akademik berupa buku, artikel ilmiah, laporan resmi, dan dokumen relevan lainnya yang mendukung pembahasan topik. Data diperoleh dari studi pustaka (*library research*) dengan fokus pada sumber-sumber yang kredibel, mutakhir, dan *peer-reviewed*, sehingga kualitas informasi terjamin (Bandaranayake, 2024) (Granikov et al, 2020) (Jimenez et al, 2024) (Togia, 2017).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur sistematis, analisis dokumen, dan kajian teoritis terhadap sumber-sumber akademik. Peneliti menyeleksi literatur berdasarkan relevansi, kualitas metodologis, dan keterkaitan dengan tujuan penelitian, sehingga informasi yang diperoleh representatif dan sesuai konteks ekonomi mikro (Abraham, 2024) (Baillie, 2019) (Doyle, 2019).

Prosedur analisis data mencakup beberapa tahapan penting, yaitu identifikasi tema, reduksi data, kategorisasi konsep, dan penarikan kesimpulan secara induktif. Tahapan ini memungkinkan peneliti untuk menyusun pola temuan, memahami hubungan antar konsep, dan membangun kerangka pemikiran yang sistematis tentang perubahan pola konsumsi masyarakat (Belotto, 2018) (Bingham, 2023) (Kalpokaite & Radivojevic, 2018) (Vila-Henninger et al, 2022).

Kriteria inklusi dan eksklusi literatur ditegaskan untuk menjaga validitas penelitian. Literatur yang diikutsertakan harus terbaru (minimal 2015), relevan dengan topik, serta berasal dari sumber akademik yang kredibel. Sementara literatur yang tidak memenuhi kriteria kualitas atau tidak terkait langsung dengan fokus penelitian dikeluarkan dari analisis (Fife & Gossner, 2024) (Pratt, 2025).

Validitas dan keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan *peer review* konseptual. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber akademik untuk memastikan konsistensi informasi, sementara *peer review* konseptual menegaskan ketepatan interpretasi peneliti terhadap literatur yang dikaji. Pendekatan kualitatif-deskriptif melalui studi pustaka ini diharapkan menghasilkan temuan yang relevan, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan (Abraham & P, 2024) (Bingham, 2023) (A. Togia & Malliari, 2017).

## Hasil Penelitian

Penelitian ini menemukan bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, sosial, teknologi, dan psikologis. Faktor ekonomi seperti inflasi dan fluktuasi pendapatan berperan signifikan dalam menentukan daya beli dan struktur pengeluaran rumah tangga. Studi menunjukkan bahwa inflasi menurunkan daya beli riil, sehingga masyarakat cenderung mengurangi konsumsi barang sekunder dan lebih fokus pada kebutuhan pokok (Abreu et al, 2021) (Batrancea, 2021) (Guo & Wang, 2024) (Rathnayaka et al, 2019) (Tran, 2022) (Tremblay, 2025).

Ketimpangan pendapatan dan referensi sosial turut memengaruhi perilaku konsumsi. Rumah tangga berpendapatan tinggi lebih responsif terhadap perubahan nilai aset, sedangkan kelompok berpendapatan rendah lebih rentan terhadap guncangan ekonomi. Fenomena konsumsi imitasi (*upward-looking comparisons*) juga muncul, di mana individu menyesuaikan konsumsi mereka dengan kelompok yang lebih makmur, menimbulkan heterogenitas perilaku konsumsi (Laborda & Suárez, 2024).

Transformasi digital dan pengaruh media sosial mengubah perilaku konsumen secara signifikan. Konsumen kini lebih terinformasi, menuntut personalisasi, dan dipengaruhi oleh *influencer* yang dapat menggeser preferensi dan elastisitas permintaan. *E-commerce* mempercepat siklus tren dan memperluas akses pasar, namun juga menimbulkan tantangan seperti ketimpangan digital dan isu privasi data (Maleha et al, 2025) (Rokhadi, 2023).

Siklus ekonomi dan perubahan struktural juga berdampak pada pola konsumsi. Penurunan pendapatan rumah tangga atau resesi mendorong pergeseran konsumsi ke merek privat dan kebutuhan pokok, serta pengeluaran yang lebih selektif. Peristiwa pandemi COVID-19 mempercepat perubahan pola konsumsi, menambah dimensi baru pada kebutuhan dan saluran pembelian masyarakat (De Oliveira Castro et al, 2021) (Lo et al, 2019) (Maharani et al, 2021) (Piekut & Piekut, 2022) (Scholdra et al, 2021).

Preferensi risiko individu memengaruhi kecenderungan konsumsi, terutama pada kategori rekreatif dan pengembangan diri. Inovasi produk, personalisasi, dan humanisasi konsumsi menjadi tren utama, didorong oleh kebutuhan nilai sosial dan moral (Beretta et al, 2021) (Pogodina et al, 2020) (Xie et al, 2022).

**Tabel 1.** faktor-faktor utama yang memengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat menurut studi pustaka

Faktor Utama	Dampak pada Pola Konsumsi	Referensi
Inflasi & Pendapatan	Menurunkan daya beli, seleksi pengeluaran	(Abreu et al, 2021) (Batrancea, 2021) (Guo & Wang, 2024) (Rathnayaka et al, 2019) (Tremblay, 2025)
Ketimpangan & Referensi	Konsumsi imitatif, heterogenitas perilaku	(Laborda & Suárez, 2024)
Digitalisasi & Influencer	Percepatan tren, personalisasi, <i>e-commerce</i>	(Maleha et al, 2025) (Rokhadi, 2023)
Siklus Ekonomi & Krisis	Pergeseran ke kebutuhan pokok, merek privat	(De Oliveira Castro et al, 2021) (Lo et al, 2019) (Piekut & Piekut, 2022) (Scholdra et al, 2021) (Yurievna, 2022)
Preferensi Risiko & Inovasi	Konsumsi rekreatif, humanisasi produk	(Beretta et al, 2021) (Pogodina et al, 2020) (Xie et al, 2022)

Secara keseluruhan, hasil studi pustaka menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor ekonomi, sosial, teknologi, dan psikologis. Temuan ini memberikan dasar untuk pembahasan lebih lanjut mengenai implikasi kebijakan ekonomi mikro dan strategi bisnis yang adaptif.

Hasil studi pustaka menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat merupakan akibat dari interaksi kompleks antara faktor ekonomi, sosial, teknologi, dan psikologis. Inflasi dan fluktuasi pendapatan secara konsisten menurunkan daya beli rumah tangga, sehingga masyarakat menyesuaikan pengeluaran mereka, berfokus pada kebutuhan pokok dan menunda konsumsi barang sekunder (Abreu et al, 2021) (Batrancea, 2021) (Guo & Wang, 2024) (Rathnayaka et al, 2019) (Tran, 2022) (Tremblay, 2025). Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi mikro yang menyatakan bahwa konsumsi rumah tangga sangat elastis terhadap perubahan pendapatan dan harga (Beretta et al, 2021).

Ketimpangan pendapatan dan fenomena referensi sosial memperkuat heterogenitas perilaku konsumsi. Rumah tangga berpendapatan tinggi lebih responsif terhadap perubahan aset, sedangkan kelompok berpendapatan rendah lebih rentan terhadap guncangan ekonomi. Fenomena konsumsi imitatif (*"upward-looking comparisons"*) mengindikasikan bahwa faktor sosial dan psikologis memainkan peran penting dalam perilaku konsumsi, sesuai dengan teori perilaku konsumen (Laborda & Suárez, 2024).

Transformasi digital dan pengaruh media sosial mengubah cara konsumen memperoleh informasi dan membuat keputusan. Konsumen yang lebih terinformasi dan terpapar *influencer* cenderung memilih produk yang sesuai dengan tren, memunculkan personalisasi konsumsi, dan mempercepat siklus permintaan di pasar digital (Maleha et al, 2025) (Rokhadi, 2023). Hal ini menunjukkan konsistensi dengan konsep elastisitas

permintaan yang dipengaruhi oleh persepsi dan preferensi individu dalam ekonomi mikro modern.

Siklus ekonomi dan pergeseran struktural menunjukkan bahwa resesi dan penurunan pendapatan memaksa konsumen beralih ke merek privat atau membatasi pengeluaran, sementara pandemi COVID-19 menambah dimensi baru pada pola pembelian, terutama melalui kanal digital dan adaptasi kebutuhan baru (De Oliveira Castro et al, 2021) (Lo et al, 2019) (Piekut & Piekut, 2022) (Scholdra et al, 2021) (Yurievna, 2022). Temuan ini menegaskan relevansi teori siklus bisnis dalam menjelaskan perilaku konsumsi rumah tangga.

Preferensi risiko individu memengaruhi keputusan konsumsi, khususnya pada kategori rekreatif dan pengembangan diri. Tren inovasi produk, humanisasi, dan personalisasi konsumsi menegaskan bahwa motivasi sosial-moral dan nilai psikologis menjadi faktor penentu (Beretta et al, 2021) (Pogodina et al, 2020) (Xie et al, 2022). Hal ini memperkuat pemahaman bahwa perilaku konsumsi tidak hanya didorong oleh faktor ekonomi, tetapi juga nilai sosial dan psikologis.

Keterbatasan penelitian studi pustaka ini terletak pada ketergantungan pada literatur sekunder, sehingga temuan lebih bersifat generalisasi dan mungkin tidak sepenuhnya menggambarkan konteks lokal. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan studi empiris atau kuantitatif untuk memvalidasi temuan pustaka, serta memperluas analisis terhadap dampak jangka panjang digitalisasi dan heterogenitas sosial pada perilaku konsumsi. Implikasi dari hasil ini mencakup kebutuhan perumusan kebijakan ekonomi mikro yang adaptif, strategi bisnis yang responsif terhadap tren digital, dan pemahaman perilaku konsumen yang beragam untuk mendukung keberlanjutan pasar (Laborda & Suárez, 2024) (Maleha et al, 2025) (Tremblay, 2025).

## Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor ekonomi, sosial, teknologi, dan psikologis. Ketidakpastian ekonomi, fluktuasi pendapatan, dan ketimpangan sosial mendorong pergeseran perilaku konsumsi menuju prioritas kebutuhan pokok dan perilaku menabung, sementara digitalisasi dan media sosial mempercepat personalisasi serta diversifikasi preferensi konsumen. Krisis ekonomi seperti pandemi COVID-19 turut mengubah strategi belanja rumah tangga ke arah merek privat dan platform digital, dengan preferensi risiko dan inovasi produk menjadi pendorong penting konsumsi rekreatif dan pengembangan diri. Temuan ini menegaskan pentingnya kebijakan ekonomi mikro dan strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan sosial dan digitalisasi, serta mendorong penelitian lanjutan berbasis empiris atau campuran untuk memvalidasi temuan dan mengeksplorasi dampak jangka panjang dari transformasi digital dan heterogenitas sosial terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Abraham, D. P, P. (2024). A methodological framework for descriptive phenomenological research. *Western Journal of Nursing Research*, 47, 125–134.
- Abraham, D., & P, P. (2024). A Methodological Framework for Descriptive Phenomenological Research. *Western Journal of Nursing Research*, 47, 125–134. <https://doi.org/10.1177/01939459241308071>
- Abreu, M., Ferreira, D., Pereira, A., De Assis Cabral, J., & Cohen, C. (2021). Household energy consumption behaviors in developing countries: A structural decomposition analysis for Brazil. *Energy for Sustainable Development*, 62, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.esd.2021.03.001>
- Baillie, J. (2019). Commentary: An overview of the qualitative descriptive design within nursing research. *Journal of Research in Nursing*, 25, 458–459. <https://doi.org/10.1177/1744987119881056>
- Bandaranayake, P. (2024). Application of Grounded Theory Methodology in Library and Information Science Research: An Overview. *Sri Lanka Library Review*. <https://doi.org/10.4038/sllr.v38i2.70>
- Batrancea, L. (2021). Empirical Evidence Regarding the Impact of Economic Growth and Inflation on Economic Sentiment and Household Consumption. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(7). <https://doi.org/10.3390/jrfm14070336>
- Belotto, M. (2018). Data Analysis Methods for Qualitative Research: Managing the Challenges of Coding, Interrater Reliability, and Thematic Analysis. *The Qualitative Report*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2018.3492>
- Beretta, E., Miniero, G., & Ricotta, F. (2021). Consumers' Journey between Liquid and Solid Consumption. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su132413730>
- Bingham, A. (2023). From Data Management to Actionable Findings: A Five-Phase Process of Qualitative Data Analysis. *International Journal of Qualitative Methods*, 22. <https://doi.org/10.1177/16094069231183620>
- Bizin, S. (2025). On the issue of consumer demand factors. *Теоретическая и прикладная экономика*. <https://doi.org/10.25136/2409-8647.2025.2.74229>
- Dai, S., & Sulila, I. (2020). Purchase Power and Consumption Pattern Change of Society (Analysis of 34 Panel Data in Indonesia). *Journal of Economics and Sustainable Development*, 11, 66–73. <https://doi.org/10.7176/jesd/11-2-07>
- De Oliveira Castro, L., Reis, T., Manhães, L., & Neto, M. (2021). *Modelo para investigação do novo normal do consumo provocado pela pandemia da covid-19 – uma perspectiva do mercado de campos dos Goytacazes*. 11, 17–18. <https://doi.org/10.25242/8876113220212423>
- Doyle, L. M. C., Keogh, B., Brady, A. & McCann, M. (2019). An overview of the qualitative descriptive design within nursing research. *Journal of Research in Nursing*, 25, 443–455.
- Fife, S., & Gossner, J. (2024). Deductive Qualitative Analysis: Evaluating, Expanding, and Refining Theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 23. <https://doi.org/10.1177/16094069241244856>

- Gajabo, T. (2024). An Analysis of Household Consumption Expenditure Behavior In case of Areka Town, Wolaita Zone. *Journal of Economics, Business, and Commerce*. <https://doi.org/10.69739/jebc.v1i1.31>
- Granikov, V., Hong, Q., Crist, E., & Pluye, P. (2020). Mixed methods research in library and information science: A methodological review. *Library & Information Science Research*. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2020.101003>
- Guo, L., & Wang, F. (2024). The impact of demographic dividend shift on household consumption: Evidence from China. *Humanities and Social Sciences Communications*. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04251-3>
- Jimenez, S., Berbegal-Mirabent, J., & De La Torre, R. (2024). How do university libraries contribute to the research process? *The Journal of Academic Librarianship*. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2024.102930>
- Kalpokaite, N., & Radivojevic, I. (2018). Demystifying qualitative data analysis for novice qualitative researchers. *The Qualitative Report*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2019.4120>
- Karina, N., & Suliswanto, M. (2024). Analisis Determinan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Thailand. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(3). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9601>
- Laborda, J., & Suárez, C. (2024). Heterogeneity in household consumption behavior: The role of inequality and financial instability. *Journal of Evolutionary Economics*. <https://doi.org/10.1007/s00191-024-00853-x>
- Lo, K., Chou, T., & Tsui, S. (2019). The asymmetric behavior of household consumption under the business cycle. *The North American Journal of Economics and Finance*, 100952. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2019.03.017>
- Maharani, C., Rahayu, S., Marx, M., & Loukanova, S. (2021). The National Health Insurance System of Indonesia and primary care physicians' job satisfaction: A prospective qualitative study. *Family Practice*, 38. <https://doi.org/10.1093/fampra/cmab067>
- Maleha, N., Umar, S., Kotngoran, W., & Huda, M. (2025). Consumption Patterns in the Digital Age: Changing Consumers Behavior Affects the Global Economy. *Nomico*. <https://doi.org/10.62872/0bhtc013>
- Munyati, S., & Kabubi, M. (2025). An Analysis on the effects of Household Demographics on Household Consumption Patterns in Zambia: A Case Study of Chawama Constituency, Lusaka Province. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 5(2), 4077. <https://doi.org/10.62225/2583049x.2025.5.2.4077>
- Piekut, M., & Piekut, K. (2022). Changes in Patterns of Consumer Spending in European Households. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su141912794>
- Pogodina, T., Khoroshavina, N., Lobacheva, E., Pilipenko, P., & Rybina, G. (2020). Transformations of Consumer Behaviour In The "New" Economy. *Artificial Intelligence*, 9, 95–106. <https://doi.org/10.34069/ai/2020.29.05.12>
- Pratt, M. (2025). On the Evolution of Qualitative Methods in Organizational Research. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-111722-032953>

- Rafli, M. (2025). E-Commerce and Changes in Millennial Consumer Consumption Patterns. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5270344>
- Rathnayaka, S., Selvanathan, E., & Selvanathan, S. (2019). Consumption patterns in Sri Lanka: A decomposition analysis. *Applied Economics*, 51, 4056–4072. <https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1588950>
- Rokhadi, R. (2023). The Role of Social Media Influencers in Influencing Consumption Patterns: Microeconomic and Market Change Perspectives. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(3). <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i3.182>
- Scholdra, T., Wichmann, J., Eisenbeiss, M., & Reinartz, W. (2021). Households Under Economic Change: How Micro- and Macroeconomic Conditions Shape Grocery Shopping Behavior. *Journal of Marketing*, 86, 95–117. <https://doi.org/10.1177/00222429211036882>
- Tian, Z., Bian, X., & Tan, Y. (2025). The evolution of the consumption behavior of rural households in China: Logical motivation and policy responses. *Frontiers in Sustainable Food Systems*. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2025.1541239>
- Togia, A.) (M., A. (2017). Research methods in library and information science. Dalam *InTechOpen*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.68749>
- Togia, A., & Malliari, A. (2017). *Research Methods in Library and Information Science*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.68749>
- Tran, N. (2022). Understanding Household Consumption Behaviour: What do we Learn from a Developing Country? *The B.E. Journal of Economic Analysis & Policy*, 22, 801–858. <https://doi.org/10.1515/bejeap-2022-0036>
- Tremblay, N. (2025). The Impact of Inflation on Household Consumption: An Econometric Analysis from Emerging Markets. *OTS Canadian Journal*. <https://doi.org/10.58840/jfcapb20>
- Vila-Henninger, L., Dupuy, C., Van Ingelgom, V., Caprioli, M., Teuber, F., Pennetreau, D., Bussi, M., & Gall, C. (2022). Abductive Coding: Theory Building and Qualitative (Re)Analysis. *Sociological Methods & Research*, 53, 968–1001. <https://doi.org/10.1177/00491241211067508>
- Xie, X., Fang, Z., Chen, L., Lu, Q., Tan, T., Ye, Z., & Pitt, M. (2022). Facilitating Patient-Centric Thinking in Hospital Facility Management: A Case of Pharmaceutical Inventory. *Buildings*. <https://doi.org/10.3390/buildings12070888>
- Yurievna, S. (2022). Economic Changes and Their Impact on Consumer Behaviour: An Empirical Study in the Recent Economic Scenario. *ECS Transactions*. <https://doi.org/10.1149/10701.18165ecst>