

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Cahyana (1995) memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai tindakan yang dilakukan dalam mengkonsumsi berbagai macam barang yang merupakan sebuah keinginan. Hal ini sejalan dengan pendapat Grinder (1978), bahwa perilaku konsumtif memberikan pengertian tentang pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Servian (1983) juga mengungkapkan perilaku konsumtif menyebabkan orang selalu merasa tidak puas dan lebih peduli pada keinginannya bagaimanapun cara untuk mendapatkannya. Chita, David, dan Pali (2015), menjabarkan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang mengkonsumsi tiada batas dan membeli secara berlebihan.

Ancok (1995) menjelaskan secara detail bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa individu cenderung membeli barang berdasarkan keinginan, dimana bagi sebagian orang kebutuhan sekunder berubah menjadi kebutuhan primer. Menurut Mowen dan Minor (2002), perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak memiliki pertimbangan rasional, melainkan dengan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau perasaan emosi

sementara. Selain itu, pendapat yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) juga mengatakan, pada dasarnya perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang jika membeli sesuatu di luar kebutuhan.

Berdasarkan definisi para ahli mengenai perilaku konsumtif yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya, peneliti mengambil kesimpulan, bahwa perilaku konsumtif merupakan pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan berupa pembelian barang dan jasa untuk memenuhi kesenangan semata dan tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional.

2. Tipe-Tipe Perilaku Konsumtif

Menurut Moningga (2006), ada 3 tipe perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Konsumsi adiktif (*addictive consumption*), yaitu mengkonsumsi barang atau jasa karena ketagihan.
- b. Konsumsi kompulsif (*compulsive consumption*), yaitu berbelanja terus menerus tanpa memperhatikan apa yang sebenarnya menjadi kebutuhan.
- c. Pembelian impulsif (*impulsive buying*), pada pembelian impulsif, produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu. Pembelian produk atau jasa tersebut biasanya dilakukan tanpa perencanaan.

Pada penelitian ini, peneliti mengaju pada tipe perilaku konsumtif konsumsi kompulsif, dimana subjek melakukan pembelian karena keinginan yang berubah menjadi kebutuhan primer.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002) mengatakan konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Secara operasional indikator perilaku konsumtif adalah:

a. Membeli produk karena hadiah.

Individu yang berperilaku konsumtif ketika melakukan pembelian tidak lagi melihat manfaat dari barang yang dibeli, namun untuk mendapatkan hadiah atau bonus yang ditawarkan. Contohnya jika membeli 1 barang akan mendapatkan bonus seperti *pouch*, voucher belanja, dll.

b. Membeli produk karena kemasan menarik

Individu mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik.

c. Membeli produk untuk menjaga penampilan dari gengsi

Individu yang mempunyai keinginan tinggi, pada umumnya mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dengan tujuan untuk berpenampilan menarik. Mereka membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri dan menjaga gengsi dengan barang-barang bermerek.

d. Membeli produk karena potongan harga

Produk dibeli karena tawaran harga yang menarik. Contohnya saat akhir tahun, pusat perbelanjaan menawarkan potongan harga diskon 50%+20%.

e. Membeli barang untuk menjaga status sosial

Individu menganggap barang yang digunakan merupakan simbol status sosial. Individu yang berperilaku konsumtif cenderung membeli barang-barang yang mahal dan bermerek untuk memperlihatkan dirinya adalah individu dengan status sosial yang baik.

f. Unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.

Individu membeli barang karena tertarik menjadi seperti model yang mengiklankan, ataupun model iklan tersebut adalah seorang idola dari pembeli. Pembelian yang dilakukan berdasarkan keinginan dapat ditunjukkan melalui perilaku individu yang membeli barang karena tertarik melihat barang yang sama dengan yang digunakan oleh model yang mengiklankan.

g. Menimbulkan rasa percaya diri tinggi.

Individu sering terdorong untuk mencoba suatu produk karena percaya oleh iklan, yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Hal ini didukung dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Cross dan Cross (Hurlock, 1990), bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- h. Membeli lebih dari 2 produk sejenis dengan merek berbeda.

Pembelian yang dilakukan akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup memiliki satu barang saja. Namun, individu yang berperilaku konsumtif sering melakukan pembelian barang-barang sejenis dengan merek yang berbeda padahal memiliki fungsi yang sama. Contohnya, individu yang membeli lipstick dengan merek yang berbeda padahal sama-sama memiliki fungsi untuk memperindah bibir pengguna.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif menurut Kotler (2005) dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

- a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

- 1) Peran Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan merupakan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.

- 2) Sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

- 3) Kelas Sosial Pembeli

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata sosial tersebut biasanya terbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah kenggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

b. Faktor Sosial

Selain dari faktor budaya, perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial antara lain:

1) Kelompok Acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan meghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk aktual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orangtua dan saudara kandung. Melalui orangtua, individu mendapatkan orientasi agama,

politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

c. Faktor Personal

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi terdiri dari:

1) Pekerjaan

Seorang pekerja akan membeli pakaian kerja dan sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka.

2) Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva.

3) Gaya Hidup

Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

d. Faktor Psikologis

1) Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif, yang merupakan kekuatan pada diri individu dan menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan suatu produk.

2) Persepsi

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, tapi bagaimana dengan individu yang termotivasi tersebut kemudian bertindak? Hal tersebut karena terpengaruh oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi. Perbedaan persepsi yang dialami individu akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian.

3) Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara seseorang melihat dirinya dalam waktu tertentu sebagai gambaran mengenai apa yang dipikirkan. Setiap orang memiliki konsep tentang dirinya yang berbeda-beda,

sehingga memungkinkan adanya pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap produk, baik berupa ataupun jasa.

4) Kepribadian

Kepribadian merupakan bentuk dan sifat yang terdapat pada diri individu dan memiliki pengaruh pada perubahan-perubahan perilaku. Kepribadian individu sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi, dan faktor eksternal, seperti lingkungan, keluarga, serta masyarakat.

5) Kontrol Diri

Kontrol diri sangat dibutuhkan untuk segala jenis aktivitas yang akan dilakukan oleh individu. Salah satunya kontrol diri terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian dan mempertimbangkan secara rasional.

6) Pengalaman Belajar

Belajar merupakan proses yang membawa perubahan dalam penampilan sebagai akibat dari pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku yang terjadi pada konsumen dipelajari karena dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka disimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada individu. Faktor-faktor tersebut yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri menurut Papalia, Olds, & Feldman (2004), merupakan kemampuan individu untuk menyesuaikan tingkah laku sehingga dapat diterima secara sosial oleh masyarakat. Calhoun dan Acocella (1990), memberikan pengertian kontrol diri sebagai bentuk serangkaian proses pembentukan diri sendiri dalam mengatur tingkah laku seseorang. Menurut Calhoun dan Acocella (1990), ada dua alasan kenapa individu harus mengontrol diri secara berkelanjutan. Pertama, individu menghabiskan hidupnya dalam kelompok sosial sehingga dalam memuaskan keinginan harus mengontrol perilaku agar tidak mengganggu kenyamanan orang di kelompoknya. Kedua, masyarakat mendorong individu untuk menyusun standar yang lebih baik. Sehingga dalam memenuhi tuntutan tersebut dibutuhkan kontrol diri dalam proses pencapaian.

Wallston (Sarafino, 1994) menyatakan kontrol diri adalah perasaan mampu individu dalam pengambilan keputusan dan tindakan yang efektif. Goldfried dan Merbaum (Lazarus, 1976), mengatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku kearah positif. Selain itu, kontrol diri digambarkan dalam bentuk pengambilan keputusan dengan pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan yang akan dicapai (Lazarus, 1976).

Averill (1973) menjabarkan kontrol diri sebagai kemampuan mengendalikan diri untuk mencegah atau mengurangi dampak dari dorongan sesaat, sehingga mampu menciptakan keadaan yang lebih baik. Hurlock (1990), menguraikan kontrol diri berkaitan erat dengan pengendalian emosi dan dorongan-dorongan yang ada pada diri individu. Ada dua kriteria yang menentukan kontrol emosi bisa diterima secara sosial atau tidak. Kontrol emosi diterima jika reaksi masyarakat terhadap pengendalian emosi adalah positif. Selain itu, kriteria yang mendukung yang saling berkaitan dengan pengendalian emosi, yaitu efek yang muncul setelah mengontrol emosi terhadap kondisi fisik dan psikis. Kontrol emosi seharusnya tidak membahayakan fisik dan psikis individu. Namun akan lebih baik, ketika mengontrol emosi kondisi fisik dan psikis individu dalam keadaan baik (Hurlock, 1990).

Dari hasil pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan penyesuaian tingkah laku, mengarahkan bentuk perilaku guna mengatur proses-proses pembentukan diri dan pertimbangan kognitif kearah konsekuensi positif dalam masyarakat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teori Averill (1973), yang menggambarkan bahwa kontrol diri sebagai kemampuan dalam mengendalikan diri untuk mencegah atau mengurangi dampak dari dorongan sesaat, sehingga mampu menciptakan keadaan yang lebih baik.

2. Aspek-Aspek Kontrol Diri

Adapun aspek-aspek menurut Averill (1973), yang terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu:

a. Kemampuan mengontrol perilaku

Kesiapan respon secara langsung akan mempengaruhi keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini terbagi menjadi dua komponen, yaitu:

1) Mengatur Pelaksanaan

Kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan keadaan, dirinya sendiri atau diluar dirinya. Jika kemampuan mengontrol dirinya baik, maka mampu untuk mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan jika tidak mampu, maka sumber eksternal yang akan mengatasi apa yang dialami oleh individu.

2) Mengatur Stimulus

Kemampuan untuk mengetahui cara menghadapi stimulus yang tidak diinginkan dengan mencegah atau menjauhi, menempatkan tenggang waktu diantara stimulus, menghentikan dan mengatasi intensitasnya.

b. Kemampuan Mengontrol Kognitif

Kemampuan individu mengatur informasi yang tidak diinginkan ketika menghadapi suatu masalah untuk mengurangi tekanan. Kemampuan ini memiliki dua komponen, yaitu:

1) Memperoleh Informasi

Informasi yang dimiliki oleh individu terkait keadaan yang tidak menyenangkan dapat diantisipasi oleh individu sendiri dengan berbagai cara.

2) Melakukan Penilaian

Individu melakukan penilaian dan penafsiran suatu keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Kemampuan Pengambilan Keputusan

Kemampuan individu untuk memilih tindakan berdasarkan hal yang diyakini atau disetujui. Kontrol diri dalam pengambilan keputusan.

C. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Perempuan Penggemar K-Pop

Menurut Averill (1973), kontrol diri adalah kemampuan mengendalikan diri untuk mencegah atau mengurangi dampak dari dorongan sesaat, sehingga menciptakan keadaan yang lebih baik. Kemampuan kontrol diri bisa dilihat dari kemampuan individu melakukan pertimbangan sebelum memutuskan sesuatu dan mampu memilih keputusan yang terbaik dari berbagai pilihan yang ada. Aspek-aspek dari kontrol diri yaitu kemampuan mengontrol perilaku, kemampuan mengontrol kognitif dan kemampuan pengambilan keputusan.

Kontrol perilaku merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi muncul atau tidaknya perilaku konsumtif pada mahasiswa, hal ini sejalan dengan Munandar (2001) yang menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan mengendalikan perilaku yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Penelitian terkait kontrol diri dan perilaku konsumtif yang dilakukan Anggreini dan Mariyanti (2014), menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kontrol perilaku yang baik memiliki kemampuan untuk mencegah stimulus, menghentikan stimulus dan membatasi intensitas dalam perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa mahasiswa dengan kontrol perilaku yang baik membimbing, mengatur, dan mengarahkan dirinya untuk membeli barang sesuai kebutuhan, terutama kebutuhan primer. Kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan perilaku sangat dibutuhkan untuk tidak berperilaku konsumtif terutama ketika melakukan pembelian 2 produk sejenis yang memiliki fungsi yang sama. Hal ini akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup

memiliki satu barang saja. Mahasiswa yang belum mampu mengontrol perilaku konsumtif dengan baik mudah membeli barang yang tidak dibutuhkan karena mementingkan keinginan daripada kebutuhan.

Kontrol kognitif berkaitan dengan kemampuan individu untuk menggunakan proses berpikir atau strategi ketika menghadapi masalah. Munculnya perilaku konsumtif selain berkaitan dengan kontrol perilaku, juga dipengaruhi oleh kontrol kognitif yang dimiliki oleh mahasiswa. Anggreini dan Mariyanti (2014), mengungkapkan mahasiswa yang memiliki kontrol diri rendah adalah yang tidak mampu mengelola informasi yang diperoleh. Ketika dihadapkan dengan barang-barang yang memiliki potongan harga, mahasiswa yang berperilaku konsumtif cenderung mudah membeli barang tersebut tanpa memperkirakan kebutuhannya. Hal ini berbeda dengan mahasiswa yang memiliki kontrol kognitif yang baik, dimana mereka melakukan pertimbangan-pertimbangan sebelum membeli barang tersebut.

Menurut Chita, David, dan Pali (2015), individu dengan kontrol diri rendah sering mengalami kesulitan akibat tindakan mereka. Pendapat tersebut menunjukkan kemampuan mengontrol kognitif pada mahasiswa terlihat melalui kemampuannya dalam melakukan pertimbangan pada keputusan membeli. Pertimbangan tersebut dilakukan dengan menganalisis kebutuhan yang akan dibeli, sehingga membantu mahasiswa dalam menghindari pembelian yang berlebihan. Sebaliknya mahasiswa yang memiliki kontrol kognitif rendah akan kesulitan dalam membimbing dan mengarahkan keputusan membelinya. Hal ini menyebabkan munculnya pembelian yang berlebihan dan berdasarkan pada

keinginan sesaat. Peran kontrol kognitif terhadap munculnya perilaku konsumtif juga diperkuat oleh hasil penelitian Anggreini dan Mariyanti (2014) yang menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri yang baik mampu membuat pertimbangan prioritas dalam membeli dan memilih barang sebelum membuat keputusan untuk membeli. Sebaliknya, mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah akan membeli barang tanpa mempertimbangkan prioritasnya.

Menurut Kotler (2005), taktik promosi dengan memberikan kupon gratis dan diskon mempengaruhi keputusan membeli individu. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan kontrol pengambilan keputusan yang baik agar tidak melakukan pemborosan. Mahasiswa yang memiliki kontrol pengambilan keputusan yang baik akan memutuskan berdasarkan pertimbangan dan proses berpikir yang dilakukan sebelumnya dan dibuat tidak terburu-buru dengan memilih keputusan yang paling baik.

Ketika dihadapkan pada tawaran diskon di pusat perbelanjaan, mahasiswa dengan kontrol pengambilan keputusan yang baik cenderung memilih untuk membeli barang yang dibutuhkan. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki kontrol pengambilan keputusan rendah, cenderung membeli barang berdasarkan merek, hadiah dan karena kemasaan yang menarik perhatian tanpa mempertimbangkan manfaat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kusumadewi, Hardjajani, dan Priyatama (2012) yang mengungkapkan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah akan sulit mencari pemecahan masalah dan tidak mampu mempertimbangkan prioritas kebutuhan.

Berdasarkan penjelasan diatas, disimpulkan bahwa semakin tinggi perilaku kontrol diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang ditunjukkannya. Hal ini berlaku sebaliknya, semakin rendah perilaku kontrol diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pembelian produk K-Pop pada mahasiswa penggemar K-pop. Hal ini berarti menunjukkan, semakin tinggi skor kontrol diri maka semakin rendah skor tingkat perilaku konsumtif responden penelitian. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah skor kontrol diri maka semakin tinggi skor tingkat perilaku konsumtif.