

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Remaja**

##### **1. Pengertian Remaja**

Adolescence atau remaja yang artinya adalah tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Piaget menyatakan bahwa secara psikologis masa remaja merupakan usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa. Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, dimulai saat anak secara seksual matang dan berakhir saat mencapai usia matang secara hukum.

Fase remaja merupakan masa perkembangan individu yang sangat penting, yang diawali dengan matangnya organ-organ fisik (seksual) sehingga mampu memproduksi. Remaja juga merupakan masa perkembangan sikap tergantung (*dependence*) terhadap orang tua ke arah kemandirian (*independence*), minat-minat seksual, perenungan diri, dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral (Yusuf, 2011).

Remaja merupakan tahap perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang ditandai dengan perubahan-perubahan fisik serta perkembangan kognitif dan sosial, sehingga pada masa ini remaja cenderung mempresentasikan dirinya dengan penampilan yang berbeda seperti pakaian, gaya rambut, dan tingkah laku untuk dapat mengikuti mode atau *fashion* yang sedang tren dalam menunjang penampilannya dimuka public (Hurlock, 1999). Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sholihah dan Kuswardani (2011) bahwa remaja cenderung untuk memiliki keingintahuan yang lebih akan hal-hal yang baru, sehingga remaja tidak ragu untuk mencobanya.

Remaja merupakan usia dimana individu menjadi terintegrasi dalam masyarakat dewasa, dimana pada usia ini anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua, melainkan merasa bahwa dirinya sama dengan orang dewasa lain dan bahkan sejajar dengan orang dewasa (Monks, 2001). Hal tersebut dibuktikan dengan adanya pubertas (*puberty*) sebagai awal masa remaja. Pubertas merupakan sebuah kumpulan peristiwa biologis yang mengarah pada badan ukuran dewasa dan kematangan seksual (Berk, 2012).

## **2. Tahap Perkembangan Remaja**

Hurlock (dalam Hakim, 2017) membagi fase-fase dalam perkembangan remaja menjadi tiga fase, yaitu remaja awal, remaja tengah, dan remaja akhir. Remaja awal dimulai pada usia 12 sampai 14 tahun, remaja tengah dari usia 14 sampai 18 tahun, dan remaja akhir dari usia 18 sampai 21 tahun. Di Indonesia, masa remaja merupakan masa belajar disekolah, umumnya remaja masih belajar di Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Perguruan Tinggi (Monks, 2001).

Chaplin (1997) menyatakan bahwa remaja merupakan periode antara pubertas dan kedewasaan. Usia yang diperkirakan adalah 12 sampai 21 tahun untuk anak gadis, yang lebih cepat menjadi matang dari pada laki-laki, dan antara 13 sampai 22 tahun bagi anak laki-laki. Sedangkan menurut Konopka, masa remaja meliputi masa remaja awal 12 sampai 15 tahun, remaja madya 15 sampai 18 tahun, dan remaja akhir 19 sampai 22 tahun.

## **3. Tugas Perkembangan Remaja**

Remaja diharapkan dapat mencapai perilaku sosial yang bertanggung jawab sesuai dengan nilai dan norma yang ada dalam masyarakat. Piaget (dalam Hakim, 2017) menyatakan bahwa usia remaja harus mampu mempertimbangkan semua kemungkinan yang terjadi untuk menyelesaikan suatu masalah dan mempertanggung jawabkannya sesuai dengan keputusannya.

Havighurst mengartikan tugas-tugas perkembangan merupakan suatu hal yang muncul pada periode tertentu dalam rentang kehidupan individu yang apabila berhasil dituntaskan maka akan dapat membawa kebahagiaan dan kesuksesan ke tugas perkembangan selanjutnya, tetapi jika gagal akan menyebabkan ketidakbahagiaan pada individu yang bersangkutan dan kesulitan-kesulitan dalam menuntaskan tugas selanjutnya.

Menurut Havighurst (1961) tugas-tugas perkembangan remaja, antara lain: a. Mencapai hubungan yang lebih matang dengan teman sebaya; b. Mencapai peranan sosial sebagai pria atau wanita; c. menerima keadaan fisiknya dan menggunakannya secara efektif; d. Mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang dewasa lainnya; e. Mencapai jaminan kemandirian ekonomi; f. Memilih dan mempersiapkan karir (pekerjaan); g. Belajar merencanakan hidup berkeluarga; h.

Mengembangkan keterampilan intelektual; i. Mencapai tingkah laku yang bertanggung jawab secara sosial; j. Memperoleh seperangkat nilai dan system etika sebagai petunjuk / pembimbing dalam bertingkah laku; k. Mengamalkan nilai-nilai keimanan dan ketakwaan kepada tuhan dalam kehidupan sehari-hari, baik pribadi maupun sosial.

#### 4. Ciri-Ciri Remaja

Havighurst (dalam Swastika, 2017) menyatakan beberapa ciri-ciri remaja, antara lain: a. Masa remaja sebagai periode peralihan. Peralihan tidak berarti terputus dengan atau berubah dari apa yang telah terjadi sebelumnya. Tetapi peralihan adalah perpindahan dari satu tahap perkembangan berikutnya, artinya bahwa apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan bekas pada apa yang terjadi sekarang dan yang akan datang, serta dapat mempengaruhi pola perilaku dan sikap yang baru pada tahap berikutnya; b. Masa remaja sebagai periode penting. Remaja mengalami perkembangan fisik dan mental yang cepat dan penting, dimana semua perkembangan itu memerlukan penyesuaian mental dan pembentukan sikap, nilai, dan minat baru; c. Masa remaja sebagai periode perubahan. Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Perubahan fisik yang terjadi dengan pesat diikuti dengan perubahan perilaku dan sikap yang juga berubah dengan pesat. Perubahan fisik menurun, maka perubahan sikap dan perilaku juga menurun; d. Masa remaja sebagai masa mencari identitas. Pencarian identitas dimulai pada akhir kanak-kanak, penyesuaian diri dengan standar kelompok lebih penting dari pada bersikap individualis. Penyesuaian diri dengan kelompok pada remaja awal masih tetap penting bagi anak laki-laki dan perempuan, namun lambat laun mereka mulai mendambakan identitas diri dengan kata lain ingin menjadi pribadi yang berbeda dengan orang lain; e. Masa remaja sebagai usia bermasalah. Setiap periode mempunyai masalah sendiri-sendiri, namun masalah remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi baik oleh laki-laki maupun perempuan. Ada dua alasan bagi kesulitan ini, antara lain: 1. Sepanjang masa anak-anak, masalah anak-anak sebagian diselesaikan oleh orangtua dan guru-guru, sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah; 2. Remaja merasa mandiri, sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri dan menolak bantuan orangtua dan guru; f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan. *Stereotype* budaya menganggap

bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapi, yang tidak dapat dipercaya dan cenderung merusak serta berperilaku merusak, menyebabkan orang dewasa harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja; g. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa. Semakin mendekatnya usia kematangan, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahundan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa, remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa yaitu meroko, minum-minuman keras, menggunakan obat-obatan, bermain dengan media sosial dan terlibat dalam perbuatan seks. Mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan; h. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistis. Remaja pada masa ini melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang diinginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita. Semakin tidak realistis cita-citanya ia semakin menjadi marah. Remaja akan sakit hati dan kecewa apabila orang lain mengecewakannya atau kalau ia tidak berhasil mencapai tujuan yang ditetapkannya sendiri.

Berdasarkan ciri-ciri remaja yang telah disebutkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa masa remaja merupakan suatu periode peralihan, periode penting, periode perubahan, masa mencari identitas, masa usia bermasalah, masa usia yang menimbulkan ketakutan, ambang masa kedewasaan, dan masa tidak realistis.

## **B. Perilaku Konsumtif**

### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai perilaku menyimpang ketika individu berbelanja secara berlebihan. Terbentuknya perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa tetapi juga banyak terjadi pada remaja sebagian besar dari mereka menganggap penampilan dan gaya hidup mewah memiliki status sosial yang lebih tinggi didalam kelompok. Individu selalu berusaha untuk mengikuti *trend* yang sedang digemari mulai dari produk *fashion* maupun *merchandise*, padahal barang tersebut diluar dari kebutuhannya.

Tambunan (2001) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan untuk membeli barang yang kurang atau bahkan tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Hal ini merupakan manusia menjadi lebih mementingkan faktor keinginan dan kesenangan materi semata. Sedangkan menurut Sumartono (dalam Fransisca, 2005)

perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (*need*) tetapi sudah pada faktor keinginan (*want*). Lubis (dalam Sumartono, 2002) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku ini dapat melekat pada seseorang jika seseorang itu membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan melainkan sudah pada faktor keinginan.

Menurut Hamilton dkk. (2005) perilaku konsumtif disebut juga dengan istilah *wasteful consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengkonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan. Fromm menggambarkan Perilaku konsumtif sebagai keinginan untuk membeli yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak, dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status, *prestige*, kekayaan, keistimewaan, dan sesuatu yang mencolok. (Suminar, S dan Meiyuntari, T).

Maslow menyatakan bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam tangga kehidupan yang paling mendesak sampai yang kurang mendesak. Berdasarkan tingkat kepentingannya, kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Apabila individu dapat memenuhi kebutuhannya yang penting, maka akan berusaha lagi untuk memenuhi kebutuhan penting di tingkat selanjutnya. Hal tersebut berarti kepuasan dalam diri manusia hanya bersifat sementara. Keinginan yang menuntut kepuasan dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Sedangkan Sachari (dalam Murni, 2017) menyatakan bahwa perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, Hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam membeli barang-barang

tanpa batas dan tanpa pertimbangan yang rasional, serta membeli barang-barang yang sebenarnya diluar kebutuhannya secara berlebihan agar terpenuhinya keinginan untuk mendapatkan rasa kepuasan semata daripada kebutuhan yang sebenarnya.

## 2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif muncul karena terdapat motivasi untuk mengkonsumsi. Menurut Mowen dan Minor motivasi merupakan keadaan yang menggerakkan manusia untuk berperilaku berdasarkan tujuan. Kebutuhan yang mendorong individu melakukan konsumsi yaitu kebutuhan ekspresif (*expressive needs*) dan kebutuhan utilitarian (*utilitarian needs*). Kebutuhan ekspresif (*expressive needs*) merupakan keinginan individu untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan persyaratan sosial dan estetika yang digunakan untuk pemeliharaan konsep diri, sedangkan kebutuhan utilitarian (*utilitarian needs*) merupakan keinginan individu untuk memenuhi kebutuhan dasar yang diperlukan guna menyelesaikan masalah dasar dalam kehidupan seperti makanan dan pakaian.

Dalam ilmu psikologi penyebab munculnya perilaku konsumtif dapat dikarenakan adanya kehilangan kontrol diri (*Locus of Control*). Rotter (1961) memiliki konsep tentang *Locus of Control* yang mengatakan bahwa setiap individu memiliki perbedaan yang individual tentang apa yang dapat mengontrol kejadian didalam kehidupan sehari-hari sehingga tiap individu dapat mengontrol dirinya dengan caranya masing-masing. Ketika individu mengalami perilaku berbelanja yang tidak wajar artinya dirinya tidak dapat mengontrol diri dan menyebabkan hilang kendali.

Menurut Engel, dkk (dalam Yuliawati, 2012) terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, antara lain: a. Kelas sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam bagaimana cara seseorang dalam menghabiskan waktu mereka, produk yang dibeli dan berbelanja. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Swastha dan Handoko (1987) yang mengatakan bahwa interaksi seseorang dalam kelas sosial tertentu akan mempengaruhi langsung pada pendapat dan selera orang tersebut, sehingga akan mempengaruhi pemilihan produk atau merk barang; b. Kebudayaan didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat; c. Faktor situasi seperti lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana hati, dan

kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku membeli seseorang; d. Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsinya; e. Keluarga mempunyai mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membentuk sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa; f. Konsep diri dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli seseorang. Terdapat beberapa tipe konsumen dalam memenuhi konsep diri yaitu konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri yang disadari, konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri idealnya dan konsumen yang memenuhi konsep diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku membelinya; g. Kepribadian didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat dalam diri individu yang sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk; h. Pengalaman belajar seseorang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Informasi tersebut dapat berasal dari pihak lain atau diri sendiri (melalui pengalaman). Hasil dari proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian; i. Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia di pasar; j. Gaya Hidup merupakan konsep yang paling umum dalam memahami perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu atau uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan, dan pendapat seseorang terhadap suatu hal.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif, adalah : kelas sosial, kebudayaan, situasi, kelompok referensi, keluarga, konsep diri, kepribadian, pengalaman belajar, motivasi, dan gaya hidup.

### **3. Dimensi Perilaku Konsumtif**

Menurut Erich Fromm (dalam, Agustia 2012) perilaku konsumtif memiliki beberapa dimensi, antara lain : a. Pemenuhan keinginan. Rasa puas pada individu tidak berhenti pada satu titik saja melainkan cenderung meningkat, artinya dalam mengkonsumsi suatu hal individu

selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasannya walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan akan barang tersebut. Sehingga individu tersebut akan memiliki keinginan untuk membelanjakan uangnya dengan mengkonsumsi barang dan jasa secara terus menerus untuk memenuhi rasa puasannya; b. Barang tidak produktif. Jika pengkonsumsian barang menjadi berlebihan maka kegunaan konsumsi menjadi tidak jelas, sehingga mengakibatkan barang atau produk tersebut menjadi tidak produktif; c. Barang di luar jangkauan. Jika individu menjadi konsumtif, tindakan konsumsinya akan menjadi kompulsif dan tidak rasional. Individu tersebut selalu merasa “belum lengkap” dan mencari-cari kepuasan akhir dengan mendapatkan barang-barang baru. Individu tersebut tidak lagi mencari kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu bagi dirinya; d. Pertimbangan status. Perilaku individu dapat digolongkan sebagai konsumtif jika dirinya memiliki barang-barang lebih karena pertimbangan status. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang berarti, manusiawi dan produktif karena hanya pengalaman pemuasan hasrat untuk mencapai suatu status melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya.

#### **4. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif**

Menurut Spolres (dalam Kholilah, 2008) ada delapan gaya konsumen dalam berbelanja, yaitu konsumen yang menyukai barang bermerek, mencari produk dengan kualitas terbaik, konsumen yang menyukai produk baru dan mengikuti mode, kesadaran konsumen akan harga, konsumen berbelanja secara mendadak, konsumen yang menganggap berbelanja sebagai rekreasi, konsumen yang setia pada merek tertentu dan konsumen yang bingung karena banyaknya pilihan. Berdasarkan delapan gaya tersebut, terdapat empat gaya belanja yang dapat digolongkan dalam ciri-ciri perilaku konsumtif, antara lain : a. Konsumen menyukai barang bermerek. Individu cenderung membeli dan menyukai barang bermerek karena menganggap barang tersebut merupakan barang terbaik untuk digunakan; b. Menyukai produk baru dan mengikuti mode. Individu cenderung menggunakan produk yang dianggap sedang *trend*. Individu memperoleh kesenangan dengan membeli produk baru yang sedang *trend* tersebut, hal ini dikarenakan rasa keingintahuan untuk mencoba produk baru yang sedang *trend*; c. Kegiatan berbelanja dianggap sebagai rekreasi. Kegiatan berbelanja sebagai sesuatu yang menyenangkan bagi yang melakukannya. Individu suka dan menikmati kegiatan berbelanja

serta menganggapnya sebagai kegiatan bersosialisasi; d. Kegiatan berbelanja impulsive atau mendadak. Individu cenderung berbelanja secara mendadak tanpa peduli seberapa banyak uang yang digunakan. Individu bahkan tidak mencari informasi terlebih dahulu untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

## 5. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan pengertian tersebut, Tambunan (dalam Murni, 2017) berpendapat terdapat dua aspek mendasar, antara lain : a. Adanya keinginan mengonsumsi secara berlebihan, hal ini dapat menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, ditambah remaja belum mempunyai penghasilan sendiri, dibagi menjadi dua antara lain : 1. Inefisiensi biaya. Pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka mengikuti teman, tidak realistic, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga dapat menimbulkan inefisiensi biaya; 2. Pemborosan. Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku tersebut hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai suatu kepuasan yang maksimal; b. Bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan utama, tetapi kebutuhan untuk memenuhi kepuasan semata dan mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, serta memperoleh pengakuan sosial tanpa peduli apakah produk tersebut diperlukan atau tidak. Hal tersebut dibagi menjadi dua, antara lain : 1. Mengikuti mode. Remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang berada, terutama yang bertempat tinggal di kota-kota besar, *mall* merupakan tempat para remaja mencari dan mengonsumsi barang dari biaya orang tua untuk memenuhi keinginan agar dapat mengikuti mode dan trend yang ada dikalangan remaja. Padahal trend tersebut dapat berubah sewaktu-waktu, sehingga para remaja tidak pernah puas akan apa yang telah dimilikinya; 2. Memperoleh pengakuan sosial. Perilaku konsumtif remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan

dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya tersebut menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti atribut yang sedang menjadi trend dilingkungannya; c. Motif pembelian konsumen dibedakan menjadi tiga yaitu : 1. Motif emosional, merupakan alasan konsumen membeli produk yang berasal dari kebutuhan impulsive dan kebutuhan psikologis individu tanpa mempertimbangkan kualitas produk yang mahal dan alasan-alasan rasional lainnya. Pembelian produk disebabkan oleh alasan-alasan emosional seperti gengsi, ikut-ikutan, merasa bangga, kesenangan, dan lain-lain. Motif pembelian emosional sering dimanfaatkan oleh para produsen untuk meningkatkan pembelian produk; 2. Motif rasional, merupakan alasan pembelian yang direncanakan secara hati-hati dan dianalisis semua informasi tentang produk yang dibeli. Produk yang akan dibeli tersebut dipertimbangkan memang kualitas produknya baik, sangat dibutuhkan, harganya tidak mahal, dan pertimbangan-pertimbangan rasional lainnya; 3. Motif patronage merupakan alasan pembelian yang didasarkan karakteristik khusus atau tempat pembelian, juga karena alasan merk suatu produk. Konsumen membeli suatu produk karena tempat penjualannya nyaman, pelayanan yang baik, pelayannya yang cantik, atau karena merknya terkenal.

Grinder (dalam Dharmmesta dan Handoko, 2000) menyatakan indikator individu yang memiliki perilaku konsumtif sebagai berikut : a. Pola konsumsi yang bersifat foya-foya; b. Boros; c. Tidak dapat menunda kepuasan; d. Selalu merasa tidak puas jika belum memiliki barang yang diinginkan; e. Materialistik atau hasrat memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhan yang sesungguhnya.

Menurut Sumartono terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi perilaku konsumtif, berikut uraiannya : a. Membeli produk karena iming-iming. Individu membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut; b. Membeli produk karena kemasan menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik, artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik; c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen memiliki keinginan untuk membeli yang tinggi, karena pada umumnya individu memiliki ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar berpenampilan yang dapat menarik perhatian. Individu

membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilannya; d. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Individu memiliki kemampuan membeli sangat tinggi, dalam pakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya, sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain; e. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Individu juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila mengidolakan *public figure* produk tersebut.

Menurut Erich Fromm (dalam Kholilah, 2008) terdapat tanda-tanda seseorang mengalami perilaku konsumtif, berikut uraiannya : a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*) menunjukkan bahwa individu membeli sesuatu hanya semata-mata didasari oleh hasrat yang tiba-tiba / keinginan sesaat, tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu, tidak memikirkan konsekuensinya, dan cenderung bersifat emosional; b. Pemborosan (*Wasteful Buying*) perilaku konsumtif ditunjukkan melalui perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari bukan untuk membeli kebutuhan utama; c. Pembelian Tidak Rasional (*Non Rational Buying*) perilaku individu membeli sesuatu tanpa memikirkan kegunaannya dan semata-mata hanya untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana individu dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat yang akan merasa senang dan nyaman ketika menggunakan sesuatu yang lain daripada yang lain.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti akan menggunakan indikator perilaku konsumtif dari Erich Fromm untuk digunakan sebagai alat ukur. Indikator tersebut terdiri dari pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan pembelian tidak rasional (*non rational buying*).

## C. Kontrol Diri

### 1. Pengertian Kontrol Diri

Menurut Chaplin (2006) kontrol diri merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Kontrol diri menurut Goldfried dan Merbaum (dalam Ghufron, 2010) adalah suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu kearah konsekuensi yang positif. Kontrol diri yang lemah pada seseorang mengarah pada konsekuensi negative, yang akan merugikan orang lain dan juga merugikan dirinya sendiri.

Messina & Messina (dalam Gunarsa, 2009), mengemukakan bahwa kontrol diri merupakan seperangkat tingkah laku yang berfokus pada keberhasilan mengubah diri pribadi, keberhasilan menangkali pengrusakan diri (*self-destructive*), perasaan mampu pada diri sendiri, perasaan mandiri (*autonomy*) atau bebas dari pengaruh orang lain, kebebasan menentukan tujuan, kemampuan untuk memisahkan perasaan dan pikiran rasional, serta seperangkat tingkah laku yang terfokus pada tanggung jawab atas diri pribadi. Berk (dalam Gunarsa, 2009), mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan individu untuk menahan keinginan atau dorongan sesaat yang bertentangan dengan tingkah laku yang tidak sesuai dengan norma sosial.

Kartini Kartono (2000) menyatakan *self-control* atau kontrol diri adalah mengatur diri sendiri tingkah laku yang dimiliki. Sementara Hurlock (dalam Munazzah, 2016) menyatakan bahwa kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya.

Berdasarkan uraian diatas, maka kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku agar membawanya pada situasi yang positif dan terkendali dari situasi yang negative baik secara emosi maupun situasi.

### 2. Faktor-Faktor Kontrol Diri

Faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri individu dipengaruhi berbagai macam faktor. Pada dasarnya kontrol diri secara garis besar dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri, yaitu : a. Faktor internal. Faktor ini dikemukakan oleh Buck (dalam Fieqrof, 2005) yang menyatakan

bahwa kontrol diri berkembang secara unik pada masing-masing individu terdapat tiga system yang mempengaruhi perkembangan kontrol diri, antara lain : pertama, hierarki dasar biologi yang telah terorganisasi dan tersusun melalui pengalaman evolusi. Kedua, dikemukakan oleh Mischel, dkk yang menyatakan bahwa kontrol diri dipengaruhi oleh usia individu dan akan meningkat seiring bertambahnya usia. Ketiga, Mischel dkk juga menyatakan bahwa kontrol diri dipengaruhi oleh emosi. Kontrol emosi yang sehat dapat diperoleh jika individu memiliki kekuatan ego, yaitu sesuatu kemampuan untuk menahan diri dari tindakan luapan emosi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontrol diri individu dapat dipengaruhi oleh hierarki dasar biologi yang telah terorganisasi dan tersusun melalui pengalaman evolusi dan kontrol emosi yang sehat dapat diperoleh bila individu memiliki kekuatan ego, yaitu suatu kemampuan untuk menahan diri dari tindakan luapan emosi; b. Faktor eksternal yang mempengaruhi kontrol diri individu adalah kondisi sosio-emosional dari lingkungannya, terutama lingkungan keluarga dan kelompok teman sebaya. Jika lingkungan tersebut cukup kondusif, maksudnya dalam kondisi diwarnai dengan hubungan yang harmonis, saling mempercayai, saling menghargai, dan penuh tanggung jawab maka individu cenderung memiliki kontrol diri yang baik. Hal tersebut dikarenakan individu mencapai kematangan emosi oleh faktor-faktor pendukung tersebut (Yusuf 2001).

### 3. Jenis-jenis Kontrol Diri

Block & Block (dalam Ghufroon & Risnawati, 2011) menyatakan ada tiga jenis kontrol diri, antara lain : a. *Over Control*. Kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus; b. *Under Control*, merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan yang masak; c. *Appropriate Control*, merupakan kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

Bedasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis kontrol diri terdiri dari *over control*, *under control*, dan *appropriate control*. Artinya terdapat perbedaan dalam mengontrol diri antara individu satu dengan yang lainnya. Terdapat individu yang mengontrol dirinya secara berlebihan, adapula yang cenderung dalam melakukan

sesuatu tanpa adanya pertimbangan, dan ada yang mengontrol dirinya secara tepat.

#### **4. Kontrol Diri Pada Remaja**

Remaja sering kali melakukan pelanggaran norma, hal tersebut merupakan cerminan dari kegagalan remaja dalam mengendalikan kontrol diri. Logue (dalam Mulyani, 2016) menyatakan bahwa anak-anak cenderung impulsif dan remaja relatif menunjukkan lebih mampu dalam mengendalikan diri. Seiring perkembangan usia, remaja seharusnya mampu mengontrol dirinya dengan baik. Remaja yang memiliki kontrol diri tinggi semestinya mampu mengontrol stimulus eksternal yang dapat mempengaruhi tingkah laku. Fox & Calkins mengatakan bahwa kontrol diri pada remaja merupakan kapasitas dalam diri yang dapat digunakan untuk mengontrol variabel-variabel luar yang menentukan tingkah laku.

Piaget menyatakan bahwa kemampuan kognitif pada remaja telah mencapai tahap pelaksanaan operasional formal. Pada tahap tersebut remaja mampu memutuskan, menyelesaikan masalah yang dihadapi, dan bertanggung jawab atas keputusan yang telah diambil. Kontrol diri pada remaja ikut berkembang seiring dengan kematangan emosi yang dimiliki oleh remaja. Remaja dapat dikatakan memiliki emosi yang matang ketika tidak meledakkan emosinya dihadapan orang lain, tetapi menunggu pada saat dan tempat yang lebih tepat untuk mengungkapkan emosi dengan cara yang dapat diterima. Remaja perlu memiliki kemampuan mengontrol diri yang kuat dalam mencapai tugas-tugas perkembangannya agar perilaku yang ditampilkan dapat diterima oleh masyarakat secara positif.

#### **5. Indikator Kontrol Diri**

Perilaku individu muncul tidak terlepas dari adanya dorongan-dorongan. Dorongan tersebut ada yang berasal dari dalam ataupun dari luar diri individu. Dorongan tersebut dapat memberikan pengaruh dan kekuatan bagi munculnya perilaku individu tersebut. Liebert (dalam Komalasari, 2012) menyatakan tiga aspek kontrol diri, antara lain : a. Penundaan pemuasaan (*delay of gratification*), kemampuan yang mengacu pada pengendalian diri individu untuk menunda pemenuhan keinginan yang muncul tiba-tiba sebagai usaha memperoleh hasil yang lebih baik pada masa mendatang. Individu melewati dua proses psikologis, yaitu membuat keputusan untuk menunggu atau tidak menunggu dan usaha untuk mempertahankan keputusan untuk menunda pemuasaan tersebut.

Ketika individu memutuskan untuk menunda kepuasan, individu akan mengalami frustrasi. Hal tersebut terjadi karena usahanya untuk mencapai kepuasan terhalangi; b. Ketahanan terhadap godaan (*resistance to temptation*), megacu pada menahan diri dari kesempatan untuk terlibat dalam aksi yang dilarang tetapi menggoda seperti mencontek pada saat ujian atau mencuri harta orang lain. Kemampuan ini juga mengacu pada kemampuan untuk menahan diri dan melawan godaan; c. Usaha untuk mencapai standar pribadi (*achievement standards and strivings*), setiap individu menetapkan suatu standar untuk dirinya. Standar setiap individu berbeda-beda. Secara umum, ketika individu menetapkan standar yang tinggi maka untuk mendapatkannya individu harus melakukan usaha yang ekstra. Individu yang memiliki kontrol diri akan mempunyai standar tujuan sendiri mengenai tingkah laku yang akan ditampilkan. Penetapan standar tujuan berkaitan dengan usaha yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Standar tersebut menjadi kontrol bagi perilaku yang ditampilkan individu untuk mencapai tujuan.

Tangney (dalam Munazzah, 2016) menyatakan terdapat lima aspek kontrol diri, antara lain : a. *Self-discipline*, Mengacu kepada kemampuan individu dalam melakukan disiplin diri. Hal ini berarti individu mampu membuat dirinya fokus pada saat melakukan tugas. Individu dengan *self-discipline* mampu menahan dirinya dari hal-hal lain yang dapat mengganggu konsentrasinya; b. *Deliberate / non-impulsive*, Kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu dengan pertimbangan tertentu, bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa. Ketika individu sedang melakukan sesuatu, dirinya cenderung tidak mudah teralihkan. Individu yang *non-impulsive* mampu bersikap tenang dalam mengambil keputusan dan bertindak; c. *Healthy habits*, merupakan kemampuan untuk mengatur pola perilaku menjadi kebiasaan yang menyehatkan untuk individu. Individu dengan *healthy habits* akan menolak sesuatu yang dapat menimbulkan dampak buruk bagi dirinya meskipun hal tersebut menyenangkan. Individu akan lebih mengutamakan hal-hal yang memberikan dampak positif untuk dirinya meski dampak tersebut tidak diterima secara langsung; d. *Reliability*, aspek ini terkait dengan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya dalam pelaksanaan rancangan jangka panjang untuk pencapaian tertentu. Individu akan secara konsisten mengatur perilakunya untuk mewujudkan setiap perencanaannya.

Menurut konsep Averill (1973), terdapat tiga jenis kemampuan mengontrol diri, antara lain : a. *Behavioral Control* merupakan kesiapan

atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. *Behavioral control* diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modification*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, dirinya sendiri atau sesuatu diluar dirinya. Individu yang memiliki kemampuan mengontrol dirinya dengan baik akan mampu mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal. Kemampuan memodifikasi stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki harus dihadapi. Terdapat beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu diantara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya; b. *Cognitive Control* merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau untuk mengurangi tekanan. *Cognitive control* terdiri dari dua komponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif; c. *Decisional Control* merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi secara baik dengan adanya kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Averill (dalam Zulkarnain, 2002) menyatakan bahwa untuk mengukur kontrol diri digunakan aspek-aspek sebagai berikut : a. Kemampuan mengontrol perilaku, yaitu kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan dirinya sendiri atau sesuatu di luar dirinya. Individu yang kurang mampu mengendalikan situasi atau keadaan maka memiliki kecenderungan untuk

patuh terhadap kendali eksternal. Dengan demikian hal ini mengarah kepada apakah individu mampu menggunakan aturan perilaku dengan menggunakan kemampuannya sendiri, jika tidak mampu maka individu akan menggunakan sumber eksternal; b. Kemampuan mengontrol stimulus, yaitu kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak diketahui dihadapi; c. Kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian, yaitu kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara relative obyektif. Maksudnya untuk mengantisipasi suatu peristiwa, individu memerlukan informasi yang cukup lengkap dan akurat mengenai keadaan yang tidak menyenangkan sehingga individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan; d. Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian, yaitu kemampuan untuk menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara obyektif. Kemampuan menafsirkan peristiwa berbeda-beda pada setiap individu, hal ini memiliki keterkaitan yang erat dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimilikinya; e. Kemampuan mengambil keputusan, yaitu kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.

Berdasarkan uraian diatas peneliti memilih indikator kontrol diri dari teori Averill untuk digunakan sebagai alat ukur. Indikator tersebut terdiri dari kemampuan mengontrol perilaku, kemampuan mengontrol stimulus, kemampuan mengambil keputusan.

#### **D. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian *Merchandise K-Pop Pada Remaja***

Remaja (*Adolescence*) merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Pada masa remaja terjadi beberapa perubahan di antaranya fisik, hormonal, psikologis, dan sosial. Remaja harus mengikuti standar sosial yang ada di lingkungannya jika ingin diterima oleh teman sebayanya. Masa remaja terjadi pada usia 12 sampai 21 tahun pada perempuan dan 13 sampai 22 tahun pada laki-laki. Setiap remaja memiliki tahapan perkembangan yang sama namun tidak semua remaja dapat menjalankan prosesnya dengan baik seperti dalam pengolahan emosi.

Seiring dengan berjalannya waktu banyak idola yang bermunculan salah satu idola tersebut adalah group k-pop. Group k-pop banyak disukai oleh remaja karena penampilan fisik mereka yang menarik serta lagu dan koreografi yang cenderung *catchy*. Remaja yang mengidolakan group kpop

disebut dengan kpopers, yang didominasi oleh perempuan dan dari berbagai lapisan ekonomi. Para kpopers sangatlah aktif dalam memberi dukungan pada *idol* kesayangan mereka. Bentuk dukungan yang diberikan para kpopers terhadap idolanya adalah dengan membeli *merchandise* dari group idola tersebut, yang *official* maupun *non official*. Seorang kpopers terkadang sampai mengabaikan kebutuhan utamanya demi untuk membeli *merchandise* k-pop tanpa memikirkan kegunaan dari barang-barang tersebut dan hanya untuk memuaskan hasrat keinginannya. Perilaku tersebut dapat dikategorikan kedalam perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam membeli sesuatu tidak lagi didasari oleh faktor kebutuhan melainkan pada faktor keinginan dan kepuasan. Aksari (2015) menyatakan perilaku konsumtif merupakan suatu dorongan yang berasal dari dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, dan lebih mementingkan faktor emosional daripada faktor rasional atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang paling tampak adalah pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non rational buying*). Perilaku konsumtif yang muncul pada remaja tentunya ditimbulkan karena banyaknya faktor yang mempengaruhi, salah satunya adalah kontrol diri. Apabila seorang remaja memiliki kontrol diri yang rendah maka akan membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan prioritasnya dan hanya mengikuti hasrat keinginan tanpa memikirkan kedepannya. Jika kontrol diri yang dimiliki remaja rendah maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya dan sebaliknya semakin tinggi kontrol diri yang dimilikinya maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui lebih jauh lagi, apakah ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* k-pop pada remaja.

### **E. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara dari suatu perumusan masalah penelitian yang diajukan dan titik tolak untuk dapat menentukan hipotesis adalah rumusan masalah serta kerangka berpikir pada penelitian ini. Berdasarkan teori dan kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas maka peneliti mengajukan hipotesis adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada pembelian *merchandise* K-pop pada remaja. Artinya semakin rendah kontrol diri remaja maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya dan sebaliknya, semakin tinggi kontrol diri remaja maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.