

**PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PRODUK *FASHION*
PADA MAHASISWA PUTRI DI SURAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Mencapai Derajat Sarjana

(S-1) Psikologi



Diajukan oleh :

RIZIKA WITRI HIDAYAH

F 100 110 050

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

**PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PRODUK *FASHION*
PADA MAHASISWA PUTRI DI SURAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta Guna
Memenuhi Sebagian Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Psikologi

Diajukan Oleh :

RIZIKA WITRI HIDAYAH

F 100 110 050

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

**PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PRODUK *FASHION*
PADA MAHASISWA PUTRI DI SURAKARTA**

Yang Diajukan Oleh:

RIZIKA WITRI HIDAYAH

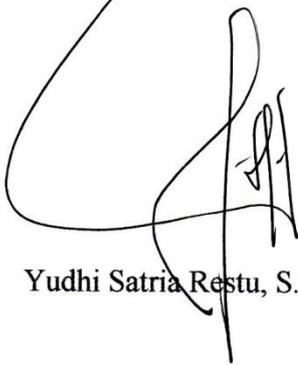
F. 100 110 050

Telah disetujui untuk dipertahankan

Di depan Dewan Penguji

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing



Yudhi Satria Restu, S.E, S.Psi, M.Si

Surakarta, 10 oktober 2015

**PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PRODUK *FASHION*
PADA MAHASISWA PUTRI DI SURAKARTA**

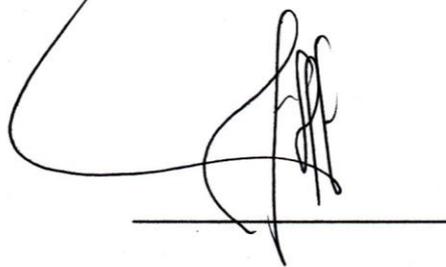
Yang Diajukan Oleh :

RIZIKA WITRI HIDAYAH
F 100 110 050

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 17 Oktober 2015
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

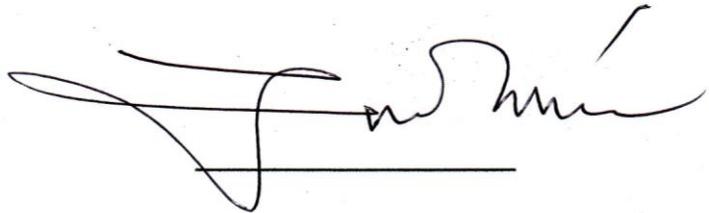
Penguji Utama

Yudhi Satria Restu, SE,S.Psi, Msi



Penguji Pendamping I

Drs. Mohammad Amir, M.Si



Penguji Pendamping II

Achmad Dwiyanto O, S.Psi, M.Si



Surakarta, 17 Oktober 2015

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan,



(Taufik Kasturi, M. Si, Ph. D)

PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA PUTRI DI SURAKARTA

Rizika Witri Hidayah

rizikawitri@gmail.com

Abstraksi

Perilaku konsumtif adalah perilaku dalam membeli suatu barang yang berlebihan tanpa memikirkan terlebih dulu kebutuhan dan kegunaannya. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam membeli barang yang mengutamakan keinginannya untuk membeli suatu barang. Munculnya perkembangan mode yang semakin pesat membuat seseorang tertarik untuk membeli produk-produk baru. Selain itu, harga terjangkau dengan kualitas yang sesuai membuat seseorang tertarik membeli produk tersebut. Aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian berlebihan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dinamika psikologis perilaku konsumtif dalam membeli produk *fashion* pada mahasiswa putri di Surakarta. Informan penelitian ini adalah Mahasiswa berjenis kelamin perempuan yang masih aktif dalam menempuh S-1. berumur 18-23 tahun, suka berbelanja. termasuk kategori perilaku konsumtif, dan tinggal di dormitory atau subjek pernah tinggal dikost $\pm 3,5$ tahun. Metode pengambilan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling*, sedangkan pengambilan data menggunakan metode wawancara.

Hasil penelitian yang didapat, seluruh subjek menunjukkan perilaku konsumtif saat melihat produk *fashion* yang bagus didepan matanya. Perilaku konsumtif tersebut terjadi diawali oleh faktor yang mempengaruhi gaya belanja subjek yaitu faktor lingkungan, faktor internal, dan perkembangan mode. Subjek membeli bukan karena kebutuhan melainkan keinginannya, dan subjek cenderung sering melakukan pembelian secara tiba-tiba. Subjek tidak memikirkan apakah barang-barang dirumah atau dikost masih berfungsi, mudah tergiur atau tertarik dengan produk *fashion* yang orang lain pakai, tidak dapat mengontrol diri, dan membeli karena ingin mengikuti *trend*. Subjek membeli produk bukan yang diutamakan. Perilaku yang tidak disadari itu membuat subjek cenderung menjadi konsumtif dalam berbelanja. Dampak atau akibat yang dirasakan subjek yaitu boros. Dikatakan boros karena subjek menghabiskan uang untuk membeli sesuatu yang bukan diprioritaskan.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, Produk *Fashion*

PENDAHULUAN

Produk – produk *fashion* pada masa sekarang ini memiliki banyak model dan menarik perhatian para pembeli. Mulai dari jenis pakaian, tas, sepatu, alat *make up*, dan lainnya. Selain model dan warna yang menarik, harga produk *fashion* sekarang terjangkau sehingga masyarakat khususnya mahasiswa yang mana mereka memiliki keinginan untuk mengikuti “mode” mudah untuk membeli produk – produk *fashion* tersebut dengan uang jajan mereka sendiri. Harga terjangkau bukan berarti tidak memiliki kualitas barang yang baik. Saat ini produk – produk *fashion* yang dijual memiliki kualitas barang yang baik, sehingga mahasiswa dapat memiliki barang tersebut dengan kualitas baik tanpa menghabiskan banyak uang. Hal tersebut bisa menjadi kesenangan seseorang untuk berbelanja lebih, karena mereka dapat memiliki barang yang mereka mau tanpa menghabiskan banyak uang, dengan begitu pembeli merasa untung karena bisa mendapatkan banyak barang dari sejumlah uang yang dimiliki.

Perilaku konsumtif yaitu perilaku berkonsumsi secara berlebihan tanpa didasari kebutuhan, lebih mengedepankan pada orientasi keinginan dan hasrat sesaat. (Ningrum, 2011)

Masyarakat Indonesia memang sudah dikenal sebagai masyarakat konsumtif. Saat barang-barang yang dimiliki masih berfungsi, tetapi ketika produk terbaru keluar maka terdapat kecenderungan untuk membeli produk baru. Dasarnya adalah mengikuti perkembangan terbaru atau trend dan memiliki kekuatan finansial untuk membelinya tanpa terlalu mempertimbangkan fungsi dasarnya. Kecenderungan perilaku konsumtif ini juga dilakukan oleh orang-orang yang kekuatan finansialnya tidak memadai. Bahkan demi mendapatkan produk terbaru, mereka sampai berhutang. Karakteristik tersebut jelas menggambarkan bagaimana konsumtifnya masyarakat kita. (Yuwanto, 2015)

Perilaku hidup konsumtif memiliki banyak dampak negatifnya dari pada dampak positifnya. Dampak negatif dari perilaku pola hidup konsumtif terjadi pada seseorang yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros). Dalam hal ini, perilaku tadi telah menimbulkan masalah ekonomi pada keluarganya. Dampak lebih parah lagi jika pemenuhannya menggunakan cara yang tidak benar seperti korupsi dan tindak pidana lainnya (Wahidin, 2014).

Beberapa wanita, menurut Kasandra punya kecenderungan untuk kompulsif sehingga ketika belanja tidak bisa fokus. "Jadi sudah beli warna ini, mau lagi warna lain. Ada kecenderungan seperti itu tapi tidak semua orang," tambahnya. Penyebab lainnya wanita sangat suka belanja diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan para ilmuwan di University of Michigan School of Public Health. Seperti dikutip dari Discovery News, dalam penelitian yang diketuai oleh Daniel Kruger itu terungkap, perbedaan

perilaku belanja antara pria dan wanita ini sudah terlihat sejak zaman nenek moyang di masa berburu (Yulistara, 2013).

Berdasarkan fenomena diatas peneliti ingin melakukan penelitian **“Perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion pada mahasiswa putrid di Surakarta”** dengan tujuan yaitu Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dinamika psikologis pada perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion pada mahasiswa putri di surakarta.

Perilaku Konsumtif

Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi dikenal istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja) orang yang terjebak didalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan. (Maulana, 2013)

Faktor lingkungan memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif

seseorang. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Kholilah (2008:99), yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif (Astuti, 2013)

Aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rasyid (1997) yaitu, aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian yang berlebihan. Aspek pembelian impulsif yaitu aspek pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba. Aspek pembelian tidak rasional yaitu aspek pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode, sedangkan aspek pembelian yang berlebihan yaitu aspek pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen. (Fardhan & Izzati, 2013)

Berperilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang lebih besar nilai negatif contohnya antara lain :

- a. Sifat boros, yang hanya menghambur hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata.
- b. kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya dia berada.
- c. Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya.
- d. Akan memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan. (Wahyudi, 2013)

Produk Fashion

Produk *fashion* merupakan mode pakaian, mencakup juga semua aksesoris seperti ikat pinggang,

sepatu, topi, tas, kaus kaki dan pakaian dalam. Arloji dan telepon genggam juga dapat menjadi produk yang memiliki modena sendiri sehingga sebagian masyarakat menganggap keduanya adalah juga produk *fashion*. (Chita, David, & Pali, 2015)

Hemphill dan Suk (2009) menyatakan bahwa *fashion* merupakan alasan terbesar yang menjadikan individu itu menjadi konsumtif atau cenderung menghabiskan uangnya demi mengkonsumsi barang-barang yang diinginkannya, sehingga perilaku-perilaku konsumsi ini cenderung pula mengikuti *trendfashion*, gaya hidup dan menyebabkan individu menjadi mengkonsumsi barang atau produk secara berlebihan. (Arysa, 2012)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi. Peneliti akan melakukan wawancara ± 3 orang dengan batas waktu 10-30 menit. Wawancara akan dilakukan secara mendalam untuk mendeskripsikan

dan makna dari fenomena tersebut sesuai pengalaman subjek. Wawancara akan dilakukan di tempat tinggal atau *dormitory* sesuai persetujuan dengan subjek. Subjek mengikuti sesi wawancara ± 2 kali.

Observasi tersebut meliputi perilaku subjek menghabiskan uangnya dalam berbelanja bagaimana subjek berpenampilan, dan hubungan subjek dengan orang – orang disekitarnya.

Kriteria informan penelitian pada penelitian ini adalah Mahasiswa berjenis kelamin perempuan yang masih aktif dalam menempuh S-1. Alasan mengapa perempuan yang akan digunakan dalam penelitian ini karena berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti di beberapa pusat perbelanjaan menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih banyak berbelanja dan mendatangi toko – toko *fashion* dalam hal berbelanja dibandingkan pria. Subjek berumur 18-23 tahun, suka berbelanja. termasuk kategori perilaku konsumtif, dan tinggal di *dormitory* atau subjek pernah mengekost $\pm 3,5$ tahun. Subjek atau partisipan yang dibutuhkan peneliti

sebanyak ± 3 orang. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi, sehingga penelitian ini akan dilakukan di dormitory atau tempat tinggal subjek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang didapat, ketiga subjek termasuk golongan perilaku konsumtif. Hal tersebut terjadi karena ketiga subjek masuk kedalam aspek-aspek perilaku konsumtif.

Ketiga subjek membeli produk *fashion* bukan karena kegunaannya melainkan keinginannya untuk membeli barang tersebut. Ketiga subjek menjelaskan bahwa mereka sering tidak merencanakan untuk berbelanja, namun saat mereka sampai ditempat perbelanjaan, ketika ada barang bagus, lucu, unik, dan membuatnya tertarik, saat itu juga subjek membelinya tanpa memikirkan apakah dirumah atau dikost masih memiliki barang yang layak dipakai. subjek kedua dan subjek ketiga selalu merasa puas ketika mereka berbelanja. Puas karena barang yang dibeli bagus dan senang karena keinginannya tercapai,

sehingga subjek terbiasa dengan perilakunya tersebut. Selain itu, ketiga subjek menjelaskan bahwa mereka membeli karena ingin peduli dengan penampilannya. Apalagi perkembangan mode yang semakin pesat membuatnya tertarik untuk mengikuti perkembangan mode saat ini. Perilaku tersebut membuat subjek merasa boros karena menghabiskan uang untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan.

Semua pengalaman subjek diatas sesuai dengan aspek – aspek perilaku konsumtif yaitu menurut Lina dan Rasyid (1997) yaitu, aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian yang berlebihan. Aspek pembelian impulsif yaitu aspek pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba. Aspek pembelian tidak rasional yaitu aspek pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode, sedangkan aspek pembelian yang berlebihan yaitu aspek pembelian suatu produk secara

berlebihan yang dilakukan oleh konsumen. (Fardhan & Izzati, 2013)

Hemphill dan Suk (2009) menyatakan bahwa *fashion* merupakan alasan terbesar yang menjadikan individu itu menjadi konsumtif atau cenderung menghabiskan uangnya demi mengkonsumsi barang-barang yang diinginkannya, sehingga perilaku-perilaku konsumsi ini cenderung pula mengikuti *trendfashion*, gaya hidup dan menyebabkan individu menjadi mengkonsumsi barang atau produk secara berlebihan. (Arysa 2012)

Faktor lingkungan khususnya teman adalah faktor penyebab subjek menjadi konsumtif. Ketiga subjek menjelaskan bahwa masing-masing dari subjek memiliki teman yang senang berbelanja, sehingga teman-teman subjek mendukung subjek untuk membeli sesuatu yang subjek inginkan.

Faktor lingkungan memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif seseorang. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Kholilah (2008:99),

yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif (Astuti, 2013)

Berdasarkan hasil wawancara yang diberikan kepada peneliti, subjek mengalami dampak dari perilaku konsumtif yang ada pada dirinya yaitu pemborosan. Hal tersebut sesuai dengan teori Wahidin (2014) yaitu perilaku hidup konsumtif memiliki banyak dampak negatifnya dari pada dampak positifnya. Dampak negatif dari perilaku pola hidup konsumtif terjadi pada seseorang yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros).

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor lingkungan khususnya teman dan perkembangan mode yang semakin pesat sehingga membuat subjek tertarik untuk membeli. Perilaku dan perasaan yang muncul yaitu merasa puas sehingga membuat subjek terbiasa untuk

berbelanja tanpa memikirkan kegunaan melainkan keinginannya. Selain itu subjek tidak mampu mengontrol diri ketika melihat barang bagus didepannya, ikut-ikutan membeli karena melihat barang orang lain bagus, dan mudah tergiur apabila ditawarkan barang yang bagus. Dampak yang terjadi atau dirasakan oleh subjek yaitu pemborosan. Subjek merasa bahwa perilaku dalam berbelanja tersebut membuatnya boros atau menghabiskan uang untuk membeli barang yang bukan karena kegunaannya.

SARAN

Berdasarkan data-data yang diperoleh di lapangan, terdapat banyak kekurangan dan kasus-kasus baru. Maka dari itu peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi informan penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang perilaku konsumtif dalam membeli produk *fashion*. Informan/subjek

penelitian diharapkan dapat mengontrol diri seperti memikirkan kembali produk *fashion* yang masih layak digunakan, memikirkan kebutuhan yang diprioritaskan atau diutamakan, rencanakan terlebih dulu jika ingin berbelanja dan pastikan barang yang dibeli sesuai yang direncanakan.

2. Bagi masyarakat

Diharapkan dapat menjadi petunjuk dan gambaran tentang perilaku konsumtif sehingga dapat mengontrol diri sendiri dalam berbelanja dari sekarang agar tidak mengalami pemborosan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti yang tertarik meneliti dengan tema yang sama, diharapkan lebih fokus terhadap tema yang diteliti sehingga data tidak keluar dari tujuan penelitian, akurat dan tidak mempersulit pada analisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *eJournal Psikologi*, 148-156.
- Arysa, afri della.2012. Hubungan Antara Konsep Diri Mahasiswa/I Pendetang Angkatan 2009 Universitas Bina Nusantara Dengan Perilaku Konsumtif Pada Produk *Fashion.skripsi*.jakarta : Binus University
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*, 297-302.
- Fardhan, P. R., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja(Studi Pada Siswa Kelas Xi Sma Trimurti Surabaya).*jurnal online universitas negri surabaya*, 1.
- Maulana, R. (2013, oktober 18). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Retrieved februari 23, 2015, from Kompasiana:
<http://sosbud.kompasiana.com/2013/10/18/remaja-dan-prilaku-konsumtif-599965.html>
- Ningrum, Ulfah Yunita.2011.Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Pakaian Distro Ditinjau Dari Konformitas Pada Siswi SMK Abdi Negara Muntilan.*skripsi*.Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Wahidin, W. (2014, mei 17). *Pola Konsumtif Remaja di Mal Sebagai Bentuk Refleksi Gaya Hidup*. Retrieved maret 25, 2015, from SIPerubahan (Suara Indonesia Perubahan):
<http://www.siperubahan.com/read/626/Pola-Konsumtif-Remaja-di-Mal-Sebagai-Bentuk-Refleksi-Gaya-Hidup>
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *eJournal Sosiologi*, 28.
- Yulistara, A. (2013, juni 21). *Ini Sebabnya Wanita Lebih Suka Belanja Ketimbang Pria*. Retrieved mei 30, 2015, from Wolipop:
<http://wolipop.detik.com/read/2013/06/21/083511/2279764/1141/ini-sebabnya-wanita-lebih-suka-belanja-ketimbang-pria>
- Yuwanto, L. (2015, juli 14). *Lebaran Dan Perilaku Konsumtif Masyarakat*. Retrieved agustus 20, 2015, from UBAYA : Universitas Surabaya:
http://www.ubaya.ac.id/2014/content/articles_detail/182/Lebaran-dan-Perilaku-Konsumtif-Masyarakat.html