

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini pada perkembangan jaman modern dengan globalisasi yang terus semakin marak di kehidupan masyarakat. Hal ini ditandai dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan Mall, tempat makan serba instant (*fast food*), tempat penjualan handphone, belanja melalui online shop, kesukaan terhadap barang asing, dan lain sebagainya yang mengundang ketertarikan untuk membeli.

Dalam berita Kompasiana pada tanggal 18 Oktober 2013 dengan tema “Remaja dan Perilaku Konsumtif” memberitakan, bahwa remaja saat ini banyak terjebak dalam kehidupan konsumtif. Mereka dengan rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan, bukan kebutuhan. Setiap hari remaja menghabiskan uang untuk membeli makanan, pakaian, perangkat elektronik, hiburan seperti menonton film dan sebagainya. Semua itu dilakukan remaja kebanyakan hanya untuk “ajang” pamer dan gengsi. Perilaku membeli pada remaja ini hanya bertujuan mengikuti gaya, penampilan, seolah tidak mau kalah dari temannya (Maulana, 2013). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan cukup banyak remaja yang berperilaku membeli hanya untuk menuruti gengsi dirinya, atau hanya mempertimbangkan emosi, dan kesenangan pribadi. Sumartono (dalam Putri, 2013) seseorang membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dan orang tersebut membeli barang tidak

didasarkan pada faktor kebutuhan namun karena pertimbangan emosional disebut dengan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif bukan hanya dilakukan oleh orang yang sudah bekerja tetapi perilaku konsumtif juga dilakukan oleh mahasiswa. Dari pengamatan peneliti pada mahasiswi Esa Unggul, terlihat bahwa cukup banyak mahasiswa Esa Unggul yang datang ke kampus untuk kuliah dengan memakai pakaian yang bermerek, memakai pakaian yang terkesan “*glamour*” atau “wah” setiap harinya, memakai *accecories* yang berlebihan, membawa *gadget* lebih dari dua, berusaha mengikuti perkembangan mode, dan sebagainya.

Berikut adalah hasil interview dengan mahasiswi Esa Unggul sebagai berikut:

“ Kalo belanja, pasti lihat sesuatu yg aku suka langsung beli daripada nanti ga ada.. terus apalagi kalo ada diskonan hahaha.. aku belanja dari uang ongkos kuliah yang aku kumpulin.. kalo nunggin uang dari orang tua lama.. dalam sebulan ya bisa tiga sampai empat kali kak kalo belanja.. kalo dibandingkan sih aku lebih sering beli sesuatu yang aku suka bukan yang aku butuh.. biasanya yang dibelanjain baju sama sepatu buat pergi buat kuliah.. aku juga ngikutin mode biar lebih kelihatan ngikutin jaman aja sama kayak yang lain hahaha.. Seneng sih kak, kan barang yang aku beli buat dipake juga lebih ke kepuasan diri aja bikin pede juga.. misalnya kepuasan dirinya tuh kalo aku lagi iseng gitu kan jalan, lihat-lihat terus ada baju yang modelnya aku suka, ukurannya pas sama aku, bisa dipake kuliah juga dan harganya juga gak mahal-mahal banget ya aku beli lumayan kan buat nambahin baju kuliah kak haha.. biasanya sih kalo beli karena bentuknya yang unik sama dapet discount.. kalo gak punya uang tapi ada barang yang aku suka terus discount aku bela-belain beli hahaha.. apalagi ya kak kalau pergi sama temen pas ke mall lagi enggak punya uang udah niat nih dari rumah enggak mau belanja tapi pas di mall ada yang bagus sama temen suka didoktrin gitu suruh beli akhirnya aku beli juga.. mh.. kalau aku si ngerasanya harus ngikutin fashion suka enggak pede minder gitu misalkan bajunya enggak yang ngikutin jaman soalnya kayaknya tuh anak-anak jaman sekarang kalau milih temen tuh sama yang fashionable.. enggak cuma itu sih aku orangnya emang enggak pedean kalau enggak ngikutin fashion kalau lagi jalan ke mall pakai baju yang biasa aja gitu pasti diliatin orang hahaha.. kalau buat ke kampus juga sama ya makanya kalau punya baju itu-itu aja kan malu jadi kalau jalan kemana ada

yang bagus aku beli kak..uang saku perbulan dari orangtua sekitar satu juta lima ratus ka.." (X, 19thn, Fakultas Psikologi 2013)

Dari hasil wawancara dengan subyek, terlihat bahwa X mahasiswa yang cenderung mempunyai perasaan takut dijauhi teman jika tidak mengikuti fashion, cenderung ingin membuatnya merasa percaya diri, cenderung ingin membuatnya merasa puas, dan cenderung terpengaruh bujukan teman. Keadaan itu membuat X cenderung membeli barang dengan pertimbangan emosional, kepuasan semata, membeli tidak berdasarkan kebutuhan seperti membeli karena adanya diskon dan bentuknya yang unik. Seperti wawancara diatas juga dengan uang saku satu juta lima ratus ribu rupiah X dapat menggunakan uang sakunya untuk membelanjakan atau membeli barang-barang pribadinya.

Selain itu ada mahasiswi lain yang berkesempatan untuk diinterview. Berikut hasil interview sebagai berikut:

" Kalo aku sih enggak begitu suka belanja malahan bete kalo udah nganterin kakak atau temen belanja keliling lama pasti ngedumel sendiri.. soalnya aku belanja kalo pas butuh.. butuhnya apa ke mall cuma beli buku misalnya yaa buku aja gak beli lainnya jadi ya udah langsung pulang.. mau ada diskon atau apa yaa tetep aja niatnya mau ke mall beli satu barang ya beli itu aja.. aku beli baju juga gak nentu, beli kalo pas lagi butuh emang udah jelek atau sempit.. beli sepatu, sandal juga kalo udah rusak ya baru beli.. kalo beli buat sehari-hari kayak baju, sepatu, sandal gitu pake uang sendiri ngumpulin.. kalo ga punya uang ya udah gak maksain minta-minta umi buat beli.. aku juga gak ngikutin mode biasa aja cuek.. yaa seneng sih ngeliatin fashion orang-orang tapi biasa aja gak sampe ngikutin atau ngerubah gaya kayak mereka..kalau aku sih pakai baju apa aja ngerasa pede-pede aja enggak pernah tuh ke mall liat baju langsung pengen beli paling cuma bilang "ih bagus ya bajunya.." enggak sampai beli.. ke mall aja harus ada tujuan dulu.. lebih kebeli buku buat kuliah kalau disuruh dosennya beli buku aja paling ke mall.. beli baju ya paling jarang banget pas lagi bener-bener perlu enggak punya baru beli..sayang sih kalau buat beli baju terus kan uangnya enggak minta sama orang tua jadi sayang aja mending ditabung untuk dibeliin apa pas lagi perlu apa..aku uang saku sebulan enam ratus ribu dari orangtua " (Y, 20thn, Fakultas Ekonomi 2012)

Berbeda dengan X, berdasarkan hasil wawancara bahwa subyek Y mahasiswa yang cenderung mengutamakan prioritas kebutuhan, cenderung berfikir sebelum bertindak, cenderung memiliki prinsip, cenderung memiliki emosi yang stabil. Sehingga Y cenderung sebelum membeli barang mempertimbangkan kebutuhannya, membeli karena alasan barang yang lama sudah jelek, sempit, dan rusak. Dengan demikian Y membeli barang berdasarkan prioritas kebutuhannya. Pada wawancara diatas juga dengan uang saku enam ratus ribu rupiah Y dapat mengatur uang sakunya untuk membelanjakan atau membeli barang-barang pribadinya yang dibutuhkan.

Dari hasil wawancara dengan kedua Mahasiswi Esa Unggul dapat disimpulkan bahwa X membeli karena takut dijauhi teman jika tidak mengikuti fashion, ingin membuatnya merasa percaya diri, membeli hanya ingin membuatnya merasa puas, membeli karena terpengaruh bujukan teman sehingga X membeli barang dengan pertimbangan emosional dan kepuasan sesaat, sedangkan Y cenderung orang yang mengedepankan prioritas, berfikir sebelum bertindak sehingga membeli barang dengan pertimbangan prioritas kebutuhannya. Dari hasil wawancara diatas juga dengan uang saku sekitar enam ratus ribu rupiah sampai dengan satu juta lima ratus ribu rupiah dalam waktu satu bulan ada mahasiswa yang menggunakan uang sakunya untuk membelikan barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan, ada juga yang memanfaatkan uang sakunya membeli sesuai kebutuhan. Dengan kata lain kedua mahasiswa tersebut membeli

barang atas dasar pertimbangan yang berbeda-beda yang dipengaruhi kepribadiannya. Menurut Sumartono (dalam Maisaroh, 2009) salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian. Selain itu menurut Kotler (dalam Maisaroh, 2009) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, salah satunya adalah kepribadian.

Kepribadian menurut Feist dan Feist (dalam Wardana, 2011) mendefinisikan sebagai pola watak yang relatif permanen dan karakter yang unik dimana keduanya memiliki konsistensi dan keunikan pada perilaku individu. Sedangkan menurut Pervin, Cervone, dan John (dalam Adelia dan Eliana, 2012) Kepribadian sebagai karakteristik seorang individu dengan pola perilaku, perasaan dan pemikiran yang konsisten. Selain itu kepribadian menurut Atkinson (dalam Maisaroh, 2009) adalah pola perilaku dan berfikir yang khas, yang menentukan penyesuaian diri seseorang terhadap lingkungan. Dengan demikian dapat disimpulkan kepribadian adalah karakter atau pola perilaku, perasaan, penyesuaian terhadap lingkungan dan pemikiran individu yang memiliki keunikan dan konsistensi.

Dalam *Big Five Personality theory* yang diungkapkan oleh Costa & McCrae (dalam shaifa dan Supriyadi, 2013) terdapat lima dimensi kepribadian, yaitu *Extraversion* (kepribadian yang mudah bergaul), *Agreeableness* (kepribadian yang prososial), *Conscientiousness* (kepribadian penuh pertimbangan), *Openness to New Experience* (kepribadian berani mencoba terhadap hal-hal baru), dan *Neuroticism* (kepribadian rentan terhadap emosi). Dengan tipe kepribadian yang berbeda-beda, maka perilaku untuk mengambil keputusan dalam membeli juga

berbeda-beda. Salah satunya *neuroticism*, menurut *Big Five* pada teori McCrae dan Costa tipe kepribadian *neuroticism* memiliki karakteristik seperti *Anxiety*, *Hostility*, *Self-Consciousness*, *Depression*, *Impulsiveness*, *Vulnerability*. Mahasiswa Esa Unggul yang cenderung memiliki kepribadian *neurotic* tinggi akan membeli barang hanya ingin membuatnya merasa puas, membeli karena takut dipandang ketinggalan jaman, membeli karena dorongan teman, dan membuatnya percaya diri atau cenderung keputusan membelinya karena emosi sesaat. Berbeda halnya dengan mahasiswa yang memiliki kecenderungan *neurotic* rendah emosinya stabil membeli sesuai kebutuhan dan terarah.

Adapun hasil penelitian yang dilakukan Gohary dan Hanzaee (2014) dalam jurnal yang berjudul “*Personality Traits as Predictors of Shopping Motivations and Behaviors: A Canonical Correlation Analysis*” yang menunjukkan adanya hubungan positif antara perilaku konsumtif dengan *neuroticism*. Yang menyatakan semakin kecenderungan *neuroticism* tinggi dapat memotivasi mereka untuk membeli. Orang yang memiliki kecenderungan *neuroticism* tinggi cenderung emosional, labil, sering mengeluh, khawatir, cemas, murung, dan tidak aman sehingga dapat berpengaruh untuk berperilaku konsumtif tinggi dan sebaliknya orang yang kecenderungan *neuroticism* rendah memiliki kestabilan emosi sehingga untuk berperilaku konsumtif rendah. Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, mahasiswa yang emosinya labil, sering mengeluh, khawatir, cemas dan tidak aman akan kecenderungan *neuroticism* tinggi dan dapat berperilaku konsumtif tinggi. Sedangkan mereka yang memiliki emosi stabil dan disiplin diri akan kecenderungan *neuroticism* rendah dan akan berperilaku konsumtif rendah.

Berdasarkan penjelasan dari uraian diatas, maka peneliti ingin mengetahui dan melakukan penelitian mengenai hubungan antara *neuroticism (Big Five Personality)* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Esa Unggul.

B. Identifikasi masalah

Mahasiswa dituntut untuk belajar, meraih prestasi yang tinggi dan lebih mengutamakan kepentingan kuliah seperti hadir kuliah, menyelesaikan tugas-tugas kuliah, mementingkan keperluan kuliah seperti membeli buku dan alat keperluan belajar. Namun pada kenyataannya ada beberapa mahasiswa yang datang ke kampus bukan lagi untuk belajar tetapi ingin memperlihatkan penampilannya yang *glamour* dan terkesan ingin mengutamakan penampilannya, seperti memakai pakaian yang bermerek, pakaian yang terkesan “*glamour*” atau “wah” setiap harinya, memakai *accecories* yang berlebihan, membawa *gadget* lebih dari satu ke kampus, berusaha mengikuti perkembangan mode, dan sebagainya yang semuanya bukan prioritas kebutuhan bagi mahasiswa sehingga menampilkan kesan seperti mahasiswa yang memamerkan dirinya. Faktor yang mempengaruhi perilaku berpenampilan penyesuaian diri mahasiswa tersebut ialah kepribadian yang berbeda-beda.

Salah satu tipe kepribadian yaitu *neuroticism*. *Neuroticism* adalah kepribadian yang lebih menunjukkan emosi negatif atau rentan terhadap emosi seperti merasa cemas, takut, labil, perasaan tidak puas dan harga diri rendah. Mahasiswa Esa

Unggul yang cenderung *neuroticism* tinggi memiliki karakteristik mudah merasa takut di jauhi teman, dan tidak percaya diri jika penampilannya tidak modis. Sehingga mereka berperilaku konsumtif cenderung membeli hanya ingin membuat penampilannya modis, membeli karena ikut-ikutan dengan temannya, dan cenderung membeli dengan pertimbangan kepuasan emosi semata. Sedangkan mahasiswa dengan kecenderungan *neuroticism* rendah memiliki emosi yang stabil, memiliki prinsip, sehingga dirinya tidak mudah terbawa oleh hal-hal yang dilingkungan sekitarnya, sehingga membeli hanya berdasarkan prioritas kebutuhan.

Berdasarkan penjelasan dari uraian diatas, maka peneliti ingin mengetahui dan melakukan penelitian mengenai hubungan antara *neuroticism* (*Big Five Personality*) dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Esa Unggul.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui hubungan antara *neuroticism* (*Big Five Personality*) dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Esa Unggul.
2. Mengetahui tinggi rendah perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul berdasarkan data penunjang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang memperkaya kajian teori dan riset psikologi konsumen dan psikologi industri.

2. Manfaat Praktis

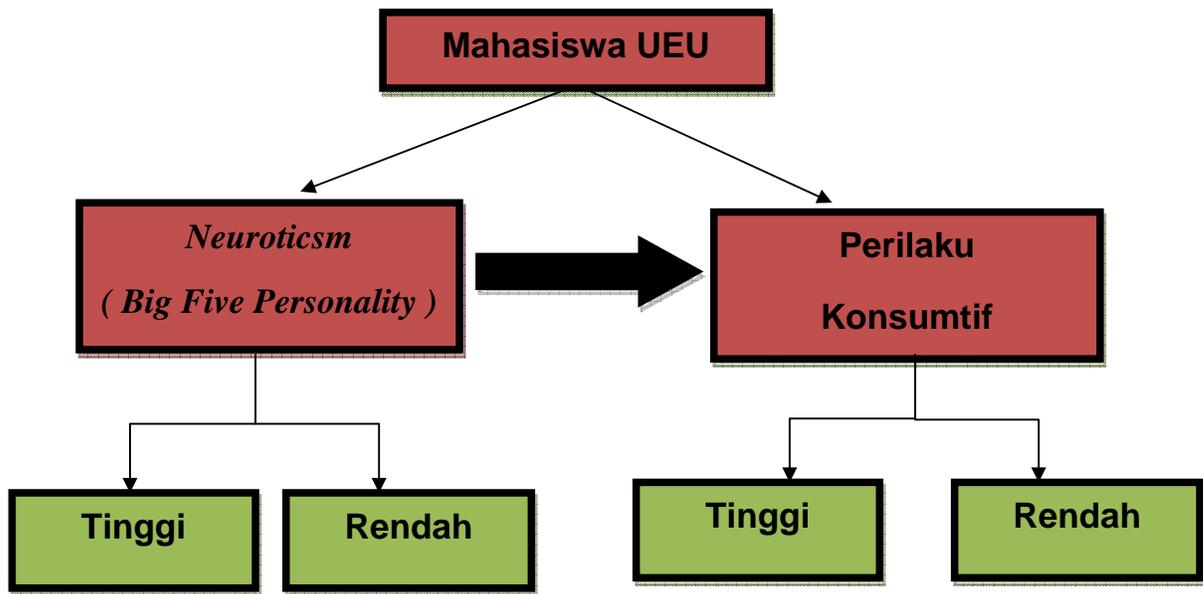
(a) Diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan dan menambah informasi untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan hubungan Neuroticism (*Big Five Personality*) dalam pengambilan keputusan membeli untuk berperilaku konsumtif.

(b) Diharapkan dapat memberikan informasi kepada mahasiswa tentang pentingnya pertimbangan dalam segala hal, termasuk dalam hal perilaku membeli.

E. Kerangka Berfikir

Mahasiswa yang dituntut untuk mengutamakan kepentingan kuliah seperti belajar dan meraih prestasi yang tinggi. Namun pada kenyataannya beberapa mahasiswa yang datang ke kampus bukan lagi datang untuk belajar tetapi ingin memamerkan penampilan dirinya dengan berpenampilan glamour. Salah satu faktor yang mempengaruhi pada perilaku berpenampilan dan penyesuaian diri mahasiswa tersebut ialah kepribadian. Salah satu tipe kepribadian menurut *Big Five* pada teori McCrae dan Costa yaitu *neuroticism*. Kepribadian *neuroticism*

memiliki karakteristik yang dapat mempengaruhi cara individu dalam melakukan pengambilan keputusan dalam membeli. Mahasiswa yang cenderung memiliki *neuroticism* tinggi cenderung perilakunya sering mengeluh dengan penampilannya, khawatir dirinya dinilai tidak modis, cemas dijaui teman karena tidak modis, emosinya labil, merasa tidak percaya diri dengan penampilannya, tidak mampu mengontrol keinginan untuk berbelanja. Kepribadian tersebut yang dapat mempengaruhi perilaku untuk mengambil keputusan dalam membeli. Dengan kerentanan emosi mahasiswa yang cenderung berperilaku konsumtif tinggi akan sulit membuat keputusan yang rasional sehingga untuk menutupi perasaan didalam dirinya cenderung akan berperilaku membeli dengan pertimbangan emosional, membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Sedangkan mereka yang memiliki kecenderungan *neuroticism* rendah membeli barang atas dasar pertimbangan sesuai dengan prioritas kebutuhan, terarah, membeli dengan emosi yang stabil sehingga cenderung berfikir sebelum bertindak dan dapat mengontrol keinginannya, cenderung memiliki prinsip tidak ikut terbawa dengan lingkungannya. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi mahasiswa untuk cenderung berperilaku konsumtif.



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

F. Hipotesis

Dalam penelitian ini peneliti memberikan hipotesis yaitu ada hubungan positif antara *neuroticism (Big Five Personality)* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Esa Unggul.