

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masa dewasa awal merupakan salah satu tahapan usia dalam pertumbuhan dan perkembangan seorang individu. Transisi dari remaja ke dewasa kini disebut sebagai tumbuh dewasa, rentang usia bagi tumbuh dewasa kira-kira di antara usia 18-25 tahun. Masa dewasa awal individu pada umumnya dimulai pada usia 18 sampai 40 tahun (Hurlock,1998). Menurut Santrock (2002) masa dewasa awal adalah masa untuk bekerja dan menjalin hubungan dengan lawan jenis, terkadang menyisakan sedikit waktu untuk hal lainnya. Perkembangan individu di masa dewasa awal masih banyak yang mencari jalur karier yang individu inginkan, identitas diri seperti apa yang ingin di miliki, dan gaya hidup seperti apa yang akan individu anut. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan yang dikeukakan oleh (King, 2010) ketika memasuki masa dewasa awal sebagai seorang mahasiswa mulai memilih dan mempersiapkan diri untuk membangun karir di masa depan. Itulah alasannya mengapa seseorang lebih memilih untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Mahasiswa dapat dicirikan melalui aktivitas menuntut ilmu yang memiliki kesempatan untuk mengembangkan skill atau kemampuannya secara optimal. Mahasiswa dalam mengembangkan potensinya akan memeperdalam diri di bidang keilmuan yang ia tekuni melalui proses pendidikan perguruan tinggi baik negeri ataupun swasta. Individu yang memutuskan untuk memasuki dunia kuliah akan lebih sering berpikir secara relatif dan reflektif. Semakin berbeda pengaruh yang akan diterima individu, baik dari kelompok sebayanya maupun lingkungan dunia kampusnya. Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda yang sudah memasuki tahap dewasa awalnya, mahasiswa dapat mengisi waktunya dikampus dengan kegiatan yang dapat menambah pengetahuan, keterampilan, dan menggali keahlian dalam dirinya, serta mengisi kegiatannya dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi kehidupannya di masyarakat (Papalia, 2014).

Mahasiswa yang baru pertama kali menginjakkan kakinya di sebuah perguruan tinggi, yang terlintas dalam benak mahasiswa adalah dapat mengikuti perkuliahan dengan baik. Seiring dengan perjalanan akademik mahasiswa dapat terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi, pada akhirnya setiap individu memilih jalannya sendiri-sendiri, mulai dari memilih teman sepergaulan, memilih kegiatan kampus apa yang akan diikuti semua tergantung dari pemahaman dan idealisme tiap individu. Maka jadilah mahasiswa membentuk kelompok dengan karakteristik konsep diri yang berbeda-beda. Seiring juga dengan perkembangan zaman, teknologi informasi dan komunikasi yang mewarnai era yang serba cepat seperti sekarang ini dapat mengakibatkan menyebar luasnya berbagai pemahaman dan ideologi yang beraneka macam dikalangan mahasiswa yang dapat memengaruhi tingkah laku mahasiswa dalam gaya hidupnya yang datang dari pemikiran yang dianutnya (Utama, et.al, 2016).

Seperti fenomena yang di temui pada kalangan mahasiswi dari hasil pengamatan secara langsung dan wawancara melalui senior yang berinisial D dan A di salah satu perguruan tinggi swasta pada tanggal 24 februari 2018. Terlihat beberapa mahasiswi yang mudah terpengaruh dengan lingkungan dunia kampusnya dapat berdampak negatif bagi mahasiswa dengan gaya hidup mewah, suka berfoya-foya, lebih mementingkan kepuasan semata bagi dirinya. Seperti membolos di jam-jam kuliah dengan lebih mementingkan ikut berkumpul di tempat-tempat tertentu dengan teman lainnya, tidak mengerjakan tugas-tugas yang telah diberikan oleh dosen, ada mahasiswa yang mengambil cuti kuliah karena hamil diluar nikah, dan bahkan sampai ada fenomena yang ditemui pada universitas swasta bahwa ada mahasiswi yang rela menjajakan diri untuk mendapatkan uang agar dapat membeli barang-barang mewah. Mahasiswi tersebut mengatakan bahwa dirinya memiliki ambisi yang sangat kuat demi memenuhi keinginannya, dengan begitu mahasiswi rela melakukan hal apapun asalkan keinginannya tercapai. Subjek A mengatakan bahwa dalam pergaulannya membutuhkan sebuah pengakuan dari lingkungan disekitar kampusnya, oleh karena itu tidak sedikit mahasiswi yang terjebak dalam perilaku negatif yang mengarah pada pola perilaku konsumtif. Apapun itu akan dilakukan demi ambisi mendapatkan pengakuan baik dari kelompok ataupun lingkungan kampusnya.

Fenomena ini di dukung dalam berita online, seperti berita yang di lansir oleh salah satu media nasional Bangkapos.com, dapat dilihat dari perilaku mahasiswa dalam melakukan pembelian suatu produk yang bukan lagi memenuhi kebutuhan primernya tetapi juga keinginan untuk dapat meniru anggota kelompoknya bahkan bersaing untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan jaman. Seperti kasus yang menimpa MS mengaku setelah mendapat uang perkenalan sebanyak Rp 10 juta dari orang yang diduga suruhannya, membuat masyarakat curiga dan bertanya-tanya. Kejadian tersebut sangat ganjil, tidak heran jika banyak orang menduga bahwa MS memiliki kemungkinan besar berprofesi tambahan. Sosiolog Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Musni Umar mengatakan, ada beberapa hal yang membuat seseorang wanita memilih bekerja sebagai ayam kampus, antara lain untuk memenuhi kebutuhan akan gaya hidupnya. Kasus yang terjadi pada saudari M, dikategorikan oleh Musni Umar ke dalam *corruption by need*. Karena saudari M memerlukan biaya untuk mengikuti gaya hidupnya (Emil, 2013). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Deteksi Jawa Pos (2003) menemukan bahwa terdapat 20,9% dari 1.074 responden yang berstatus sebagai pelajar yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang spp-nya untuk membeli barang incarannya ataupun hanya untuk bersenang-senang. Menurut data *United Nation on Environment Program*, Indonesia tercatat sebagai negara paling konsumtif nomor empat se-Asia-Pasifik pada tahun 2012 (Agustina, 2013).

Hal lain dilansir melalui berita online JawaPos.com seperti yang terjadi pada Subjek WD yang berstatus sebagai mahasiswi, mengakui bahwa dirinya telah melakukan penipuan dan penggelapan puluhan kamera DSLR dan dua sepeda motor temannya dengan cara menjual dan menggadaikan kembali barang tersebut di koperasi. Modus yang digunakan adalah dengan berpura-pura meminjam kamera di tempat rental selama kurang lebih satu minggu dengan memberikan identitas diri seperti KTP, SIM dan KK sebagai jaminannya, namun ketika sudah lebih dari satu minggu barang tidak kunjung dikembalikan oleh WD. WD mengaku nekat melakukan hal tersebut karena uang penggelapan tersebut digunakan untuk berfoya-foya (Trisnawati, 2016). Pernyataan lain yang dikutip melalui berita online (detik.com) mengatakan bahwa konsumen Indonesia

memiliki 44% kecenderungan lebih untuk membeli barang mewah melalui data yang diambil dari *Capgemini Asia Pacific Wealth Report*, Indonesia ada di posisi ketiga dalam hal konsumsi barang mewah, dibawah India dan China di tiga teratas, bahkan mengalahkan Thailand, taiwan, Hongkong, Korea Selatan, Jepang, Singapura, dan Malaysia (Safiera, 2016).

Fenomena lain dikutip melalui berita oline psikolog A. Kasandra Putranto mengatakan dalam dunia prostitusi individu akan dengan mudah menemui pekerja seks komersial (PSK) yang menjajakan diri terang-terangan di pinggir jalan atau di tempat tertentu, seperti tempat hiburan malam. Tetapi tidak demikian dengan ayam kampus. Individu biasanya menggunakan jasa terselubung melalui jasa mami. Segi profesinya sama-sama menjual diri. Namun, dari segi motif, jelas berbeda. PSK pada umumnya jelas mereka mencari penghasilan dari menjual dirinya, tetapi berbeda dengan ayam kampus yang memiliki profesi lain di luar menjual diri. Motif selain uang biasanya menjadi alasan ayam kampus menjual dirinya. Karena mahasiswi memiliki aktivitas kuliah di kampus, artinya individu tersebut memiliki uang untuk biaya kuliahnya. Kasandra mengatakan bahwa biasanya mahasiswi menjual diri untuk motif tertentu. Banyak motifnya, seperti mahasiswi beralasan untuk membantu orang tua dalam membayar kuliah, dan di luar itu, biasanya mahasiswi punya motif untuk *having fun*. *Having fun* disini lebih untuk mengikuti gaya hidup. Mahasiswi dengan senang hati melakukan bisnis prostitusi demi mencukupi kebutuhan gaya hidup mewahnya (Hadiyanti, 2013).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas Indonesia menunjukkan mahasiswa memiliki minat untuk berbelanja dan lebih cenderung berperilaku konsumtif dibandingkan dengan orang tua maupun pelajar SMA. Umumnya mahasiswa melakukan belanja bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup yang menjadikan seseorang menjadi boros atau dalam perilaku konsumtif disebut konsumerisme. Saat ini di Indonesia wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi lebih sering membelanjakan uangnya untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu baik secara langsung maupun online. Kondisi pasar yang lebih banyak ditunjukan untuk wanita menjadikan wanita cenderung lebih mudah

dipengaruhi dan lebih konsumtif daripada kaum laki-laki. Tidak heran jika kemudian perilaku konsumtif sebagian besar dilakukan oleh kaum wanita muda di Indonesia (Chaney, 2004).

Banyak perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswi dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan dirinya dengan cara yang kurang tepat, perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya, sedangkan secara psikologis perilaku tersebut dapat menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman bagi individu. Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja, keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif sering dilakukan secara berlebihan sebagai usaha individu untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu (Fromm, 1965).

Individu yang memutuskan untuk membeli produk atas dasar pengaruh emosionalnya dibandingkan logikanya, keputusan pembelian yang didominasi oleh faktor emosionalnya dapat menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Hal ini dapat dibuktikan ketika konsumen atau individu memutuskan untuk membeli suatu produk yang belum tentu menjadi kebutuhannya atau kebutuhan primernya bukan lagi menjadi hal yang diprioritaskan oleh individu, karena individu lebih mendahulukan kebutuhan bagi dirinya yang tergolong kebutuhan sekunder. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang tidak dapat menahan keinginannya dalam membeli suatu produk yang tidak dibutuhkan tanpa melihat apa fungsi utama dari barang yang ingin dibelinya (Fitriyani, Widodo dan Fauziah, 2013).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan secara langsung oleh peneliti melalui komunikasi personal oleh tiga mahasiswi fakultas X di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jumat 02 Maret 2018. Didapatkan hasil wawancara dari subjek (D) 22 tahun, mengatakan bahwa subjek menganggap keadaan dirinya selalu merasa kurang baik dibandingkan teman-temannya, subjek merasa malu jika segi penampilannya tidak sebanding dengan teman-teman lain yang ada di lingkungan fakultasnya dengan alasan karena sebagai mahasiswi

fakultas tersebut harus menjadi mahasiswi yang mendominasi dari fakultas lainnya, dengan gaya hidup yang mewah dapat membuatnya merasa lebih percaya diri dengan menggunakan barang-barang yang *bermerk* dengan memakai jam tangan merek alexander christie, tas dengan merek elizabeth, dan diwaktu istirahat individu memilih makan-makan di restoran bersama teman-temannya dibandingkan makan di kantin yang ada di kampus, dengan alasan lokasi kampus dekat dengan *mall*, lebih nyaman karna fasilitas ruangnya menggunakan AC, dengan begitu individu mengaku merasa lebih puas dengan mendapatkan pengakuan yang lebih dari teman-temannya. Wawancara pada subjek (Y) 24 tahun, mengatakan bahwa penampilannya tersebut menjadi hal yang nomor satu bagi dirinya, individu merasa dirinya ketinggalan jaman jika tidak mengikuti *trend* dan *mode* yang berkembang dan merasa gengsi jika tidak menggunakan barang yang bermerk. Subjek mengatakan bahwa tidak hanya dirinya yang tidak ingin merasa ketinggalan jaman, namun banyak teman-teman lainnya di kampus yang memiliki barang-barang yang sedang *trend*, seperti *handphone* yang di miliki tidak sedikit *handphone* dari merek yang ternama, dan fashion yang digunakan seperti pakaian, tas, sepatu tidak ketinggalan dari *trend* yang selalu berkembang. Wawancara pada subjek (S) 22 tahun, Sabtu 03 Maret 2018 mengatakan sering menggunakan biaya kuliah sehingga individu suka menunggak biaya kuliah demi bisa mendahulukan segala keinginannya. Subjek S mengatakan bahwa individu melakukan untuk perawatan dirinya ke salon dengan intensitas yang sering, membeli *handphone* dengan spesifikasi yang tergolong tinggi untuk mengikuti *trend*, jika *trend* berganti, *handphone* selalu berganti juga tanpa melihat kegunaan untuk jangka waktu yang panjang, bahkan pernah memiliki *handphone* lebih dari satu. Uang yang di dapat oleh individu adalah hasil dari menjajakan dirinya agar individu mendapatkan uang lebih untuk membiayai segala kinginannya, dan dapat memiliki barang-barang *branded* seperti tas, sepatu, dan pakaian yang digunakan sehari-hari.

Modernisasi menghadirkan sebuah perubahan sosial, yang meliputi bidang ilmu pengetahuan, teknologi, filsafat, kesenian, dan hal lainnya. Adanya era modernisasi mengakibatkan terjadinya perubahan budaya sosial yang tinggi dan menjadikan tingkat keragaman kebutuhan mausia semakin meningkat. Hal ini

dapat melibatkan munculnya faktor perilaku konsumtif. Produk yang menarik dengan kualitas yang baik dapat memberikan persepsi individu dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang, sehingga semakin banyak produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen. Masuknya perilaku konsumtif membawa perubahan pada gaya hidup mahasiswi. Awalnya perilaku konsumtif mahasiswi yang mulai terbiasa, lama-kelamaan menjadi sebuah kebiasaan sebagai gaya hidup. Hal ini membawa mahasiswi ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luarnya, harga diri, serta cara mengikuti perkembangan di lingkungan sekitar agar setara. Kebiasaan tersebut menjadikan individu sulit untuk bersikap rasional, mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada, hal ini menjadikan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada masa depan, justru berorientasi pada gaya hidup yang di jalani pada masa sekarang (Yuniarti, 2015).

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikain tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswi cenderung berperilaku konsumtif karena lebih memprioritaskan kebutuhan sekundernya dibandingkan kebutuhan primernya, dengan membeli dan menggunakan barang-barang bermerek karena demi mempertahankan gengsi dalam kelompoknya sendiri dan lingkungan di sekitarnya. Konsep diri yang cenderung negatif memberi ketidaknyamanan secara personal. Bagi subjek, upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan konsep diri tersebut yaitu melalui pembelian, penggunaan dan memamerkan barang atau jasa yang dikonsumsi. Produk bernilai tinggi dianggap dapat menambah kepercayaan diri bahkan menutupi kekurangan yang ada pada diri mereka. Strategi untuk mendongkrak konsep diri dengan tujuan mencapai *ideal-self* atau gambaran diri yang diinginkan inilah yang pada akhirnya bisa meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswi (Fitriani dan Romas, 2014).

Ambisi mahasiswi yang kuat mengakibatkan mahasiswi rela melakukan hal apapun demi keinginannya tercapai, maka tidak sedikit dari mahasiswi yang dirugikan oleh ambisinya, individu tersebut bisa melakuakn hal-hal yang nekat agar dapat memenuhi segala keinginannya. Mahasiswi-mahasiswi yang belum mampu mengorganisir segala keyakinan mengenai persepsi dirinya sendiri, penampilan diri mahasiswi dapat dipengaruhi oleh interaksi lingkungan sosialnya,

dengan menggunakan atau membeli barang-barang bermerek dan mengikuti *trend* yang berkembang, individu cenderung akan menilai dirinya lebih baik jika membeli atau menggunakan barang yang bermerek sebagai simbol status. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh (Baron & Byrne, 2003) bahwa konsep diri merupakan sikap terhadap diri sendiri sebagai sebuah skema dasar mengenai diri individu yang terdiri atas kumpulan keyakinan dan persepsi diri terhadap diri sendiri yang terorganisir.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan individu menunjukkan perilaku konsumtif, faktor-faktor penyebab perilaku konsumtif tersebut diantaranya konsep diri yang dinilai melalui kepuasan gambaran diri individu. Kepuasan prestise merupakan faktor penting yang memungkinkan individu berperilaku konsumtif (Fromm, 1965). Konsep diri merupakan sikap individu mengenai pandangan dirinya sendiri yang meliputi dimensi pengetahuan diri sendiri, pengharapan mengenai diri sendiri, dan penilaian tentang diri sendiri. Berbeda dengan kepribadian, konsep diri bukanlah suatu faktor bawaan, tetapi konsep diri berkembang dalam diri seseorang melalui pengalaman, kemudian dipelajari serta adanya interaksi dengan orang lain, konsep diri merupakan semua perasaan, kepercayaan dan nilai yang diketahui individu tentang dirinya sendiri serta ada pengaruh dalam berhubungan dengan orang lain (Calhoun dan Acocella, 1990).

Hal tersebut di dukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gumulya dan Widiastuti (2013) dengan judul “Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul” bahwa terdapat fenomena mahasiswa dengan mudahnya terbuju oleh iklan-iklan di televisi, radio, BBM (*blackberry messenger*), FB, internet maupun yang mempromosikan proouk-produk atau jasa secara langsung seperti yang dilakukan para SPG dan SPB di berbagai *mall* dan pusat perbelanjaan. Hal-hal tersebut terjadi karena para mahasiswa ingin mencapai konsep diri yang ideal menurut dirinya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan dan membuat dirinya seperti gambaran diri yang ideal. Selanjutnya di dukung pada penelitian yang dilakukan oleh Suminar dan Meiyuntari (2015) dengan judul Hubungan antara Konsep Diri dan Konformitas dengan perilaku Konsumtif pada Remaja. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada

remaja kelas 2 SMA Darut Taqwa Pasuruan berdasarkan hasil perhitungan analisis data menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif, artinya semakin rendah konsep diri remaja, maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja kelas 2 SMA Darut Taqwa Pasuruan, begitu pula sebaliknya, semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada remaja kelas 2 SMA Darut Taqwa Pasuruan.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan Fitriani dan Romas (2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMK Kesehatan, subjek penelitian ini adalah remaja siswa-siswi yang duduk di bangku SMK yang berusia antara 15-17 dengan subyek penelitian sebanyak 40 orang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang negatif sangat signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin kuat konsep diri seseorang, semakin rendah munculnya perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin lemah konsep diri seseorang semakin tinggi munculnya perilaku konsumtif.

Konsep diri merupakan faktor yang terbukti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Grubb dan Garathwohl menyatakan bahwa konsep diri merupakan nilai bagi individu, sehingga perilaku yang ditunjukkan untuk melindungi diri dan meningkatkan konsep diri individu. Konsep diri merupakan keyakinan (*belief*) tentang atribut yang melekat pada diri individu yang didapat melalui proses persepsi diri, refleksi atau perbandingan sosial, proses persepsi diri dilakukan melalui perilaku yang ditunjukkan dalam kehidupan sehariannya. Konsep diri mahasiswi yang rendah mengenai pandangan terhadap dirinya sehingga memunculkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswi, seperti membeli, menggunakan dan memamerkan barang atau jasa yang dikonsumsi merupakan simbol yang bermakna bagi individu dan orang lain. Perilaku konsumtif individu dilakukan untuk meningkatkan konsep diri melalui konsumsi barang atau jasa yang dimaknai sebagai simbol tertentu, yang berupa simbol harga diri atau status sosial (Sumniar dan Meiyuntari, 2015).

Berdasarkan dari fenomena dan permasalahan-permasalahan yang telah ditemukan di lapangan mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswi dari pengamatan secara langsung, pemberitaan di media massa, dan penelitian yang

telah dilakukan sebelumnya, hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan secara langsung oleh peneliti. Peneliti melakukan observasi pada saat mahasiswi Fakultas X di Universitas Bhayangkara saat pulang kuliah banyak yang tidak langsung pulang ke rumah melainkan pergi ke *mall* untuk berkumpul menghabiskan waktu bersama teman-temannya. Berdasarkan hasil wawancara telah memberikan penjelasan bahwa faktor dari perilaku konsumtif salah satunya adalah mahasiswi menilai dirinya dengan penilaian yang kurang baik terhadap dirinya sendiri. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Fromm (1965) kepuasan prestise individu dalam penilaian tentang dirinya merupakan faktor terpenting yang memungkinkan individu berperilaku konsumtif, seperti barang-barang yang digunakan individu guna mencapai *ideal self* dengan suka mengkonsumsi produk barang dan jasa yang tanpa melihat segi kegunaan dan fungsi utamanya.

Uraian yang telah dijelaskan secara keseluruhan tersebut menjelaskan bahwasanya konsep diri memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Untuk sebagian konsumen, merek dari suatu barang merupakan sesuatu yang dapat meningkatkan harga dirinya, dengan menggunakan barang dengan merek tertentu, individu merasa lebih percaya diri dan dengan menggunakan barang-barang bermerek, citra diri individu menjadi lebih baik. Merek-merek memiliki peran simbolis, dapat membantu individu mendefinisikan dan meningkatkan konsep dirinya. Oleh sebab itu, perilaku dari individu akan dimotivasikan ke arah peningkatan konsep diri melalui merek yang telah memiliki arti simbolis tertentu. (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Berdasarkan uraian diatas yang di dukung oleh fenomena dan data yang telah dijabarkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Fakultas X Universitas Bhayangkara Jakarta Raya”.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah ada Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswi Fakultas X Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Fakultas X Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat menambah bahan kajian dalam ilmu psikologi industri organisasi dan psikologi sosial yang berkaitan dengan konsep diri pada mahasiswi dengan perilaku konsumtif. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai referensi jika ada penelitian-penelitian berikutnya yang ingin mengkaji tentang konsep diri dengan perilaku konsumtif.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi mahasiswa, dengan adanya hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan tentang perilaku konsumtif yang terjadi pada kalangan mahasiswi. Serta penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang sejenis.
2. Bagi peneliti, penelitian ini dilaksanakan untuk menyelesaikan studi guna mendapatkan gelar sarjana (S1) pada jurusan Ilmu Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Serta sebagai bentuk pengaplikasian ilmu pengetahuan selama perkuliahan ke dalam karya nyata.
3. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk perhatian masyarakat terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada kalangan mahasiswi.

1.5. Uraian Keaslian Penelitian

Judul asli penelitian ini adalah hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi fakultas X Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti menggunakan penelitian-penelitian yang terdahulu sebagai tambahan dengan judul yang sama akan tetapi berbeda fenomena dan perbedaan subjek penelitian. Beberapa uraian keaslian penelitian sebagai berikut :

1. Pada penelitian Juzmadi dan Azzama (2016), dengan judul Hubungan Harga diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Banda Aceh. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, yang artinya semakin tinggi harga diri remaja Banda Aceh maka semakin rendah perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin rendah harga diri remaja Banda Aceh, maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Penelitian ini melibatkan 84 responden. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti adalah harga diri dijadikan sebagai variabel bebas dalam penelitiannya.
2. Pada penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Fitriyani, Widodo, dan Fauziah (2013), Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. Penelitian ini melibatkan 130 subjek yang tinggal di Genuk Indah yang diambil dengan teknik sampling random proporsional. Pengumpulan data menggunakan dua skala yaitu Skala konformitas dan Skala perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti adalah, peneliti menggunakan konformitas sebagai variabel bebas.
3. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Azizah dan Listiara (2017) dengan judul Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Tas melalui Online Shop pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) dan Fakultas Ilmu Budaya (FIB)

Universitas Diponegoro. Subjek penelitian berjumlah 198 mahasiswi yang didapatkan dengan teknik convenience sampling. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop, yang artinya menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terhadap pembelian tas melalui online shop pada mahasiswi. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti adalah, peneliti menggunakan konformitas sebagai variabel bebas.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Suminar dan Meiyuntari (2015), yang bertujuan untuk menguji hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. Subjek penelitian adalah 60 siswa kelas 2 SMA Darut Taqwa Pasuruan. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel konsep diri dan konformitas berhubungan secara signifikan dengan perilaku konsumtif pada remaja. Secara terpisah, konsep diri berhubungan secara signifikan dengan perilaku konsumtif, namun konformitas tidak berhubungan secara signifikan dengan perilaku konsumtif. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti adalah, peneliti menggunakan salah satu variabel bebasnya yang berbeda adalah konformitas sebagai variabel bebas.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2013), dengan judul Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah tangga Di Kota Samarinda. Subjek yang digunakan dalam penelitian adalah berjumlah 4 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan metode pengumpulan data secara kualitatif berupa observasi, wawancara, dan dokumen. Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa keempat subjek dalam penelitiannya membeli barang atas dasar kesukaan dan ketertarikan terhadap model barang yang terlihat menarik, melakukan pembelian barang tanpa adanya perencanaan, membeli barang atas pertimbangan harga serta tidak mempertimbangkan manfaat maupun kegunaan, membeli barang dengan harga yang mahal atau barang dengan merek ternama yang

akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, membeli barang dengan jenis sama namun dari merek yang berbeda, membeli barang untuk menjaga penampilan diri dan gengsi, serta membeli barang untuk menjaga simbol status. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti adalah, peneliti menggunakan jenis metode penelitian yang berbeda yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

