

# **“ HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI DI SMAN 2 NGAWI ”**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam era moderen seperti ini seseorang sangatlah mudah untuk memenuhi semua kebutuhannya tersebut dengan cara belanja melaui berbagai macam media, mulai dari pasar, supermarket, mal sampai belanja melalui situs-situs online dan media sosial. Dengan semakin berkembangnya teknologi sekarang ini, banyak sekali para pemasar yang menggunakan strategi pemasaran yang sangat menarik untuk para pembeli sehingga mereka tertarik dengan hal tersebut, melalui promosi-promosi yang menarik, penggunaan model yang menjadi idola untuk para remaja, sampai trik-trik diskon. Hal tersebut dapat dengan sangat mudah untuk menarik perhatian para konsumen.

Keberadaan pusat perbelanjaan yang sudah sangat mudah untuk dijumpai juga mempermudah akses para konsumen untuk mengunjunginya. Selain itu pusat perbelanjaan atau mal dengan berbagai tawarannya akan sangat menarik untuk dijadikan sebagai tempat untuk sekedar hiburan. Dalam hal ini remaja merupakan sasaran yang paling tepat untuk para pemasar. Tambunan (2001 : 2) menjelaskan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja.

Perilaku konsumtif ini juga tampak terlihat dari perilaku mereka yang suka berbelanja di mall, terlebih ketika ada diskon yang besar ataupun penawaran harga promo yang menarik. Meskipun di ngawi tidak ada mall mereka rela pergi ke Madiun ataupun ke Solo untuk berbelanja di mall. Bukan hanya di mall mereka sering menghabiskan uangnya, tetapi juga di pertokoan-pertokoan ataupun butik baju yang berada di Ngawi.

Selain itu perilaku konsumtif bisa dikatakan muncul hanya untuk persaingan dan menjaga diri dari gengsi, karena pengaruh teman-temannya yang rata-rata memang seperti itu. Mereka beranggapan bahwa penampilan yang menarik dengan menggunakan produk-produk yang bagus akan meningkatkan rasa percaya diri.

Terlepas dari semua itu perilaku konsumtif juga dapat terjadi karena pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Lingkungan yang paling mudah mempengaruhi adalah kelompok yang ada dalam lingkungan dimana dia berinteraksi setiap harinya, dalam hal ini kelompok teman sebaya yang paling besar pengaruhnya. Selain itu perilaku konsumtif pada remaja juga erat kaitannya dengan harga diri pada remaja.

Harga diri atau self esteem mengandung arti suatu hasil penilaian individu terhadap dirinya yang diungkapkan dalam sikap-sikap yang dapat bersifat positif dan negatif. Bagaimana seseorang menilai tentang dirinya akan mempengaruhi perilaku dalam kehidupannya sehari-hari (Tambunan, 2001 : 1). Setiap orang memiliki tingkat harga diri yang berbeda-beda dalam hidupnya. Ada orang dengan harga diri rendah dan ada pula orang dengan harga diri yang tinggi.

Menurut Ramadhan(2012 : 42) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa lebih banyak responden yang memiliki gaya hidup konsumtif dengan harga diri yang negatif, hasil penelitian tersebut dapat dikarenakan banyak responden yang berperilaku konsumtif hanya untuk menutupi kekurangan yang ada pada dirinya. Dari hasil tersebut maka dapat terlihat dengan jelas bahwa remaja dengan karakteristiknya mudah sekali untuk menjadi konsumtif untuk menaikkan persepsi harga dirinya.

Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Harter (dalam Santrock, 2003 : 336) menemukan adanya hubungan yang kuat antara penampilan diri dengan harga diri secara umum yang tidak hanya di masa remaja tapi juga sepanjang masa hidup, dari masa kanak-kanak awal hingga usia dewasa pertengahan .

Terlepas dari faktor harga diri, perilaku konsumtif sangat mudah akan terjadi karena faktor lingkungan sosialnya, disini lingkungan sosial yang mudah mempengaruhinya adalah teman sebaya. Pengaruh sosial tersebut disebut dengan konformitas. Konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana seseorang mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sama dengan nilai sosial yang berlaku( Baron & Byrne , 2005 : 53). Para remaja putri di SMAN 2 Ngawi berperilaku konsumtif juga dapat dikarenakan oleh konformitas terhadap teman sebaya. Seorang remaja akan merasa dirinya berbeda jika tidak menyesuaikan diri dengan lingkungan tempatnya bersosialisasi, hal ini sesuai dengan salah satu aspek dari konformitas, yaitu pengaruh sosial normatif yang merupakan pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan seseorang untuk disukai atau diterima oleh orang lain. Mengacu pada hal tersebut, maka perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi dapat terjadi karena dia ingin diterima dan disukai oleh teman-temannya dalam sebuah hubungan pertemanan yang erat.

Remaja seringkali tidak memikirkan tentang apa manfaat dari barang-barang yang telah dibelinya tersebut di kemudian hari, sehingga barang tersebut menjadi barang yang tidak bermanfaat dan konsumtif. Remaja juga sering mengikuti tren agar dikatakan gaul dan tidak kuno, mereka menirunya dari media cetak maupun media elektronik dan juga media sosial, akibatnya mereka tidak memikirkan manfaat panjang dari barang yang dibelinya. Seorang remaja yang merasa harga dirinya rendah akan terus berusaha menaikkannya dengan mencoba untuk menampilkan dirinya yang dinilai positif oleh kelompoknya, dalam hal ini gaya hidup remaja mulai beralih menuju gaya hidup yang konsumtif, karena dengan memakai barang-barang yang terkesan akan dapat menunjang penampilannya dan pada akhirnya akan membuat mereka mempunyai harga diri yang tinggi.

Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup sekelompok remaja. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai.

Masalah lebih besar terjadi apabila pencapaian tingkat finansial itu dilakukan dengan segala macam cara yang tidak sehat. Mulai dari pola bekerja yang berlebihan sampai menggunakan cara instan seperti korupsi. Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika (Tambunan, 2001 : 1).

Perilaku konsumtif dapat menjadi suatu hal yang sangat merugikan dan dapat mengakar sampai mereka tumbuh dewasa, apabila hal tersebut tidak dapat ditekan, oleh karena itu perlu adanya arahan dari orang tua untuk menekan perilaku tersebut agar tidak merugikan di kemudian hari.

### **B. Rumusan Masalah**

Apakah ada hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif dan apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif ?

### **C. Tujuan**

Mengetahui apakah ada hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif dan apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. GAYA HIDUP KONSUMTIF**

##### **1. Deskripsi perilaku konsumtif**

Menurut Aprilia & hartoyo (2013 :73) perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor faktor sosiologis didalam kehidupannya yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap jasa dan

barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002 :117) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

## 2. Indikator perilaku konsumtif

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga.
- e. Membeli produk hanya menjaga simbol status.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

## **B. HARGA DIRI**

### **1. Definisi harga diri**

Self esteem atau harga diri adalah sikap seseorang pada dirinya sendiri, mulai sangat negatif sampai dengan sangat positif (Baron & Byrne, 2003 : 173). Harga diri menurut Buss 1995 (dalam sari dkk, 2006 : 15) memiliki dua makna, yaitu kecintaan pada diri sendiri (*self love*) dan percaya diri (*self confidence*). Kedua makna tersebut terpisah tetapi saling berhubungan.

Seseorang bisa menyukai dirinya, namun juga merasa kurang percaya diri khususnya saat berhadapan dengan tugas tertentu. Disisi lain, seseorang juga bisa merasa percaya diri tetapi tidak merasa berharga. Menurut Rosenberg 2006 ( dalam rahmania & Yuniar, 2012 : 112) *self*

*esteem* merupakan komponen afektif, kognitif dan evaluatif yang bukan hanya merupakan persoalan pribadi atau psikologis tetapi juga interaksi sosial.

## 2. Aspek-aspek harga diri

- a. *Self Values*, diartikan sebagai nilai-nilai pribadi individu yaitu isi dari diri sendiri.
- b. *Leadership popularity*, Coopersmith menunjukkan bahwa individu memiliki harga diri yang tinggi cenderung mempunyai kemampuan yang dituntut dalam kepemimpinan (*leadership*). Sedangkan popularitas merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan pengalaman keberhasilan yang diperoleh dalam kehidupan sosialnya.
- c. *Family parents*, Coopersmith dalam membahas harga diri sangat menekankan perasaan keluarga merupakan tempat sosialisasi pertama bagi anak.
- d. *Achievement*, individu dengan harga diri yang tinggi cenderung memiliki karakteristik kepribadian yang dapat mengarahkan pada kemandirian sosial dan kreativitas yang tinggi.

## C. KONFORMITAS

### 1. Definisi konformitas

Konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada ( Baron & Byrne , 2005 : 53 ). Menurut Taylor, Peplau, Sears (2009 : 253) konformitas merupakan perilaku seseorang yang secara sukarela melakukan tindakan karena orang lain juga melakukannya. Sedangkan menurut Cialdini & Gold (dalam Taylor, Peplau , Sears 2009 : 253) mendefinisikan konformitas sebagai tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain.

## 2. Aspek-aspek konformitas

### a. Pengaruh sosial normatif

Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai dan diterima oleh orang lain.

### b. Pengaruh sosial informasional

Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk menjadi benar, untuk memiliki persepsi yang tepat mengenai dunia sosial.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Identifikasi variabel

Variabel bebas 1 (X1) : Harga diri

Variabel bebas 2 (X2) : Konformitas

Variabel terikat (Y) : Perilaku konsumtif

#### B. Definisi Operasional

1. Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan perilaku membeli dimana bersifat impulsif, pemborosan, dan dilakukan atas dasar kesenangan semata.
2. Harga diri adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara positif atau negatif yang dipengaruhi oleh hasil interaksinya dengan orang-orang yang penting dilingkungannya serta dari sikap, penerimaan, penghargaan, dan perlakuan orang lain terhadap dirinya.
3. Konformitas merupakan suatu perubahan sikap, perilaku atau kepercayaan seseorang agar sesuai dengan norma kelompok dan norma sosial yang diakibatkan oleh tekanan yang nyata atau yang hanya dibayangkan saja.



### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah seluruh remaja putri yang bersekolah di SMAN 2 Ngawi kelas X dan XI yang berjumlah 364 orang. Sedangkan sampel yang diambil sebesar 25 %, jumlah sampel sebesar 97 siswi.

### **D. Instrumen penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model skala likert ( *summated rating scale* ) yang merupakan sejumlah pertanyaan positif dan negatif mengenai suatu objek sikap. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku konsumtif, skala harga diri dan skala konformitas.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

Harga diri merupakan evaluasi diri seseorang secara keseluruhan (Myers, 2012). Dapat diartikan pula harga diri merupakan hasil evaluasi individu tentang dirinya sendiri dan bagaimana cara individu itu memberi penilaian atas apa yang ada pada dirinya. Dalam penelitian ini terjadi hubungan negatif yang tidak signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, karena nilai  $p(0,245) > 0,05$ , dan nilai F adalah  $-0,119$  oleh karena itu ada hubungan negatif yang kecil dan tidak signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif karena nilai  $p$  yang ditunjukkan lebih besar dari  $0,05$ .

Dalam penelitian ini harga diri berpengaruh sangat kecil dalam menentukan tinggi rendahnya tingkat perilaku konsumtif seseorang, ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Status sosial dan ekonomi dari orangtua juga dapat berpengaruh pada perilaku konsumtif, karena sebagian para remaja yang menjadi subjek dalam penelitian ini berasal dari keluarga dengan tingkat finansial ekonomi yang menengah keatas. Dengan adanya hal tersebut maka kemungkinan besar remaja



yang mempunyai orang tua dengan penghasilan dan pendidikan tinggi maka perilaku konsumtifnya juga akan meningkat. Tidak hanya pada penghasilan dan pendidikan yang tinggi, status sosial ekonomi orang tua yang dilihat dari penilaian orang yang menganggap seseorang tersebut terpancang, terkenal serta kedudukannya di dalam suatu lingkungan, juga menentukan perilakunya dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa karena untuk menunjukkan prestise dalam pergaulannya (Aprillia & hartoyo, 2013)

Variabel lain yang turut berperan dalam perilaku konsumtif adalah konformitas. Konformitas merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada (Baron & Byrne). Berbeda dengan hasil korelasi antara harga diri dengan perilaku konsumtif, hasil analisa menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $p(0,000) < 0,05$  yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif subjek dalam penelitian ini, dan sebaliknya semakin rendah tingkat konformitasnya maka semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtifnya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

1. Tingkat perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi berada pada kategori tinggi dengan jumlah subjek sebanyak 90 anak dari 97 subjek dengan prosentase sebesar 93 %.
2. Tingkat harga diri pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi berada pada tingkat tinggi dengan jumlah subjek sebanyak 93 anak dari 97 subjek dengan prosentase sebesar 96%.

3. Tingkat konformitas pada reaja putri di SMAN 2 Ngawi berada pada tingkat tinggi dengan jumlah subjek sebanyak 92 anak dari 97 subjek dengan prosentase sebesar 95 %.
4. Ada hubungan negatif yang kecil dan tidak signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, karena nilai p yang dihasilkan sebesar  $0,245 > 0,05$ .
5. Ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dengan nilai  $p = 0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya, begitupun sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtifnya

