

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan hidup mahasiswa di Indonesia mengalami peningkatan setiap harinya. Setiap tahunnya universitas di Indonesia semakin bertambah jumlah mahasiswinya yang melanjutkan ke bangku perkuliahan. Setiap mahasiswa mempunyai kebutuhan hidup yang perlu dikonsumsi setiap harinya, yaitu kebutuhan primer yang terdiri dari sandang (pakaian), pangan (makan), dan papan (tempat tinggal). Selain kebutuhan yang harus terpenuhi, mahasiswa juga memiliki keinginan untuk memiliki suatu produk tertentu.

Produk-produk yang terlihat di pasaran pun semakin beraneka ragam bentuknya, sehingga banyak mahasiswa yang ingin membeli ataupun hanya sekedar mengoleksi produk tersebut, walaupun sebenarnya mahasiswa tidak terlalu membutuhkannya. Di Karawang sendiri banyak tersedia toko yang menjual dan menyediakan berbagai macam jenis produk yang menarik bagi mahasiswa seperti yang hanya ingin sekedar melihat ataupun membelinya, terutama bagi mahasiswa yang ada di Karawang.

Hal ini diperkuat melalui wawancara yang dilakukan kepada 10 mahasiswa yang senang mengoleksi produk-produk yang dianggap menarik tanpa melihat kegunaan, kebutuhan sehari-hari yang lebih penting, namun karena mahasiswa tersebut tidak bisa mengontrol dirinya untuk membeli dan hanya sekedar mengoleksinya sehingga bisa memiliki produk yang menarik agar bisa bersamaan

dan mengikuti teman mahasiswi yang lain. Mahasiswi tersebut termasuk dalam masa dewasa awal yaitu mahasiswi yang berusia 20-an sampai usia 30-an (Santrock, 2015).

Saat mahasiswi sedang berkumpul dengan teman-teman yang lain di suatu tempat, kemudian ada salah satu mahasiswi yang membeli suatu produk yang menarik, salah satu di antaranya pun ingin membelinya agar bisa bersamaan untuk memakainya dengan teman-teman mahasiswi yang lain. Mahasiswi yang ikut membeli sebenarnya tidak terlalu membutuhkan produk tersebut, namun berhubung ada teman yang memakainya dan terlihat lucu, sehingga ingin membelinya dan agar bisa bersamaan dengan teman-temannya yang lain.

Kegiatan belanja yang dilakukan oleh mahasiswi yang ada di Karawang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup di bangku perkuliahan maupun kebutuhan sehari-hari, namun kegiatan belanja tersebut sudah menjadi gaya hidup masing-masing individu. Banyak mahasiswi yang ingin membeli produk-produk yang diinginkan bukan produk yang dibutuhkan. Mahasiswi pun merasa harus menjadi orang pertama yang memiliki suatu produk yang sedang ramai diperjualbelikan.

Setelah melakukan observasi di salah satu kampus yang ada di Karawang, ditemukan mahasiswi membeli produk yang diinginkan bukan yang dibutuhkan untuk kebutuhan perkuliahan, misalnya dengan membeli produk-produk yang disukai oleh mahasiswi, hal itu membuat mahasiswi merasakan perasaan yang senang karena sudah lelah dengan tugas kuliah yang menumpuk dan tak kunjung selesai, sehingga membuat mahasiswi tersebut membeli suatu produk yang

diinginkan untuk *self reward* terhadap diri sendiri. Hal ini terjadi ketika peneliti melihat wajah mahasiswi dengan bibir tersenyum dan ada yang tertawa ketika melihat produk yang mahasiswi inginkan dapat dibeli dengan uang yang dikumpulkan sendiri.

Fenomena yang terjadi di Karawang tersebut dengan subjek penelitian yaitu mahasiswi sering dijadikan target pemasaran berbagai macam produk di industri pasar, hal ini karena karakteristik mahasiswi yang labil, mudah dipengaruhi oleh berbagai macam produk diskon, dan spesifik, sehingga mahasiswi selalu dihubungkan dengan pembelian impulsif karena membutuhkan cara untuk menyesuaikan diri dan lebih memperhatikan penampilan, serta merasa senang dan percaya diri apabila dinilai *fashionable* oleh orang lain (Arisandy dan Hurriyati, 2017).

Menurut Fitri (dalam Arisandy dan Hurriyati, 2017) masyarakat banyak yang melakukan pembelian bukan karena kebutuhan primer namun membeli karena hanya keinginan semata. Aktivitas belanja seperti ini disebut dengan pembelian impulsif. Rook (dalam Khairunas, 2020) menjelaskan bahwa pembelian impulsif dapat diartikan sebagai pembelian yang tidak rasional dan pembelian yang terjadi dengan cepat serta tidak direncanakan, kemudian diikuti dengan adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Dorongan emosional tersebut berkaitan dengan adanya perasaan mendalam yang ditunjukkan dengan melakukan pembelian karena adanya dorongan untuk membeli suatu produk dengan segera, mengabaikan konsekuensi negatif, merasakan kepuasan dan mengalami konflik di dalam pemikiran (Suharyono dalam Khairunas, 2020).

Menurut Loudon dan Bitta (dalam Arisandy, 2017) pembelian impulsif adalah pembelian yang sering terjadi secara tiba-tiba, tidak direncanakan dan langsung dilakukan di tempat kejadian. Selanjutnya Lisda (dalam Pratiwi, 2017) menyatakan bahwa pembelian impulsif adalah proses pembelian suatu barang, di mana pembeli tidak mempunyai niat untuk membeli sebelumnya, dapat dikatakan pembelian tanpa rencana atau pembelian seketika.

Dari penjelasan mengenai pembelian impulsif di atas, maka dapat diketahui bahwa pembelian impulsif dapat menimbulkan dampak negatif bagi individu. Oleh karena itu setiap individu harus memiliki kontrol diri yang baik agar bisa memandu dan mengarahkan perilakunya agar tidak terjerumus untuk melakukan kecenderungan pembelian impulsif. Kontrol diri individu yang tinggi dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri yaitu usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang (Ghufron & Rini dalam Rianti & Rahardjo, 2014). Menurut Tangney, Baumeister dan Boone (dalam Sentana & Kumala, 2017) kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilaku berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai dan aturan di masyarakat agar bisa mengarah pada perilaku positif.

Menurut Ghufron dan Risnawita (2012) kontrol diri adalah salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan oleh individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan sekitar. Chaplin (dalam Arisandy & Hurriyati, 2017) mengatakan bahwa kontrol

diri yaitu kemampuan individu untuk mengarahkan tingkah lakunya sendiri dan kemampuan untuk menghambat dorongan yang ada.

Faktor lain yang dapat memengaruhi individu melakukan kecenderungan pembelian impulsif yaitu sifat kepribadian seseorang. Menurut Calhoun dan Acocella (dalam Ghufroon & Risnawita, 2012) kontrol diri adalah pengaturan proses-proses fisik, psikologis dan perilaku individu atau bisa dikatakan dengan serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Selain kemampuan untuk mengontrol diri yang dapat memengaruhi dalam melakukan pembelian impulsif, terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi kecenderungan pembelian impulsif yaitu konformitas.

Konformitas adalah bentuk pengaruh sosial dimana individu dapat mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Baron, dkk., dalam Sarwono & Meinanrno, 2009). Konformitas merupakan suatu kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan norma kelompok (Cialdini & Goldstein, dalam Harmaini, 2016).

Menurut Ernayanti dan Marheni (2017) konformitas adalah kecenderungan mengikuti keinginan dan norma yang ada di dalam suatu kelompok. Sedangkan menurut Baron dan Byrne (dalam Haryani, 2015) konformitas merupakan penyesuaian perilaku untuk mengikuti norma kelompok yang akan dituju, menerima ide atau aturan-aturan kelompok yang mengatur bagaimana cara individu berperilaku. Menurut Davidoff (dalam Haryani, 2015) konformitas dapat diartikan sebagai perubahan perilaku atau sikap sebagai akibat dari adanya tekanan (nyata atau tidak nyata).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arisandy dan Hurriyati (2017) terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswi fakultas psikologi perguruan tinggi wilayah Palembang yang melakukan belanja *online*. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi bahwa perilaku belanja *online* mahasiswi Fakultas Psikologi di Wilayah Palembang masih tergolong rendah, artinya mahasiswi dalam melakukan belanja *online* telah melakukan beberapa pertimbangan yaitu seperti memilih barang yang sedang dibutuhkan, dan tidak mudah tergoda dengan iklan yang ada di media sosial.

Penelitian Larasati dan Budiani (2014) menemukan terdapat hubungan antara kontrol diri dengan produk pakaian pembelian impulsif di Universitas Negeri Surabaya pada mahasiswi psikologi yang melakukan pembelian secara *online*, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel kontrol diri dan pembelian impulsif, serta menghasilkan arah hubungan yang negatif. Ini berarti semakin tinggi kontrol diri individu, maka semakin rendah pula pembelian impulsifnya.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti dengan judul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Mahasiswi di Karawang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang?
2. Apakah ada pengaruh konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang?
3. Apakah ada pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang.
2. Untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswi di Karawang.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dari segi teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menambah informasi ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai psikologi konsumen, khususnya mengenai kecenderungan pembelian impulsif.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi khususnya pada mahasiswi di Karawang yang tidak bisa mengontrol dirinya untuk berbelanja produk-produk yang tidak mereka butuhkan hanya karena konformitas dengan teman-temannya sehingga mengakibatkan kecenderungan pembelian impulsif, serta dapat menjadi bahan evaluasi bagi mahasiswa terkait kecenderungan pembelian impulsif, kontrol diri, dan konformitas.

