

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut (Rosen & Fromm, 1956) yaitu manusia dalam mengkonsumsi barang tidak dilihat dari apa yang di butuhkan melainkan dilihat dari apa yang diinginkan, sehingga pengkonsumsian barang menjadi berlebihan itulah yang disebut sebagai perilaku konsumtif. Kotler (2020) merupakan aktivitas individu dalam mengkonsumsi suatu barang berdasarkan keinginan untuk memiliki sesuatu berupa barang atau jasa, sebagai cara untuk memuaskan keinginan sendiri tanpa dapat mempertimbangkan kebutuhan. Hamilton (2005) perilaku konsumtif sebagai pembelian barang yang tidak diperlukan atau digunakan tanpa memikirkannya. Perilaku konsumtif menurut Mowen dan Minor (1998) yaitu tindakan melakukan pembelian untuk kesenangan diri sendiri bukan untuk memenuhi kebutuhan.

Perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) yaitu perilaku membeli yang tidak didasari pada pertimbangan rasional, melainkan dikarenakan keinginan yang tidak rasional yang ditandai dengan kehidupan yang mewah serta berlebihan. Suyasa dan Fransisca (2005: 172) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli sesuatu berupa barang dengan tujuan bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan, melainkan sebagai bentuk pemenuhan hasrat pribadi yang dilakukan secara berlebihan yang nantinya akan menimbulkan sifat boros. Perilaku konsumtif dapat terpenuhi ketika individu membutuhkan serta mengeluarkan biaya yang banyak dan tidak sedikit, penggunaan hal semahal apapun apabila dapat memberikan rasa puas dan senang bagi individu tersebut. Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan individu dalam mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan bukan didasarkan atas penyesuaian kebutuhan, melainkan sebagai pemenuhan hasrat diri sendiri sebagai bentuk kepuasan.

2.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Individu dapat berperilaku konsumtif apabila disertai dengan karakteristik yang mendukung serta berpengaruh terhadap pembelian selanjutnya. Aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut (Rosen & Fromm, 1956) yaitu:

1. Pembelian Secara Impulsif

Melakukan pembelian barang yang didasari oleh hasrat atau keinginan secara tiba-tiba tanpa adanya pertimbangan dan perencanaan serta keputusan pada saat membeli sesuatu.

2. Pembelian Secara Tidak Rasional

Melakukan pembelian yang didasari oleh emosional belaka karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain serta untuk bersenang-senang.

3. Pemborosan

Melakukan pembelian yang mengutamakan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan pokok sehingga dapat menyebabkan seseorang tidak dapat untuk membuat prioritas dalam membeli sesuatu.

2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Berikut ini terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut (Rosen & Fromm, 1956) yaitu:

1. Faktor Internal

- a. Persepsi. Merupakan proses yang diawali dengan pandangan dan perhatian konsumen terhadap suatu rangsangan yang berkaitan dengan pemasaran kemudian diinterpretasikan.
- b. Pembelajaran. Merupakan proses dari sebuah rangsangan atau perilaku yang kemudian diolah menjadi informasi dan tersimpan pada memori jangka panjang.
- c. Memori. Merupakan informasi yang diperoleh dari pengalaman belajar sebelumnya yang dirasakan oleh konsumen dalam melakukan pembelian.
- d. Motivasi. Merupakan dorongan pada tujuan pengarahan perilaku konsumen yang terlibat pada perilaku tertentu.
- e. Kepribadian. Merupakan kecenderungan perilaku yang ditampilkan individu secara stabil dalam berbagai situasi.

- f. Emosi. Merupakan perasaan yang kuat dan tidak terkendali sehingga dapat berpengaruh terhadap perilaku individu.
 - g. Sikap. Merupakan keterkaitan mengenai motivasi, emosional, persepsi, kognitif yang berhubungan dengan aspek yang terdapat pada lingkungan individu tersebut.
 - h. Konsep Diri. Merupakan gambaran dari sebuah pemikiran dan perasaan yang membentuk sebuah keyakinan dan sikap sehingga merefrensikan pandangan tersebut terhadap dirinya sendiri pada situasi tertentu.
 - i. Gaya Hidup. Merupakan siklus kehidupan individu yang digambarkan melalui aktivitas yang diinginkan, minat yang sesuai, serta bagaimana individu berinteraksi.
2. Faktor Eksternal
- a. Kebudayaan. Merupakan keseluruhan yang bersifat kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, moral, adat istiadat, dan kebiasaan yang dimiliki oleh manusia sebagai makhluk hidup dalam lingkup masyarakat.
 - b. Demografi. Merupakan suatu penggambaran populasi dalam hal ukuran, struktur, dan distribusinya.
 - c. Kelas Sosial. Merupakan suatu kelompok masyarakat yang tersusun secara terstruktur dan keanggotaannya berlandaskan pada nilai dan perilaku yang sama.
 - d. Kelompok Referensi. Merupakan kelompok yang menetapkan sebuah nilai dan dijadikan rujukan bagi individu terhadap perilaku yang dilakukannya.
 - e. Keluarga. Merupakan dasar utama yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan pola perilaku konsumtif pada individu dengan konteks pembelian suatu barang disesuaikan dengan kebutuhan yang artinya pola perilaku konsumtif seorang anak dapat diprediksi dari pola perilaku konsumtif orangtuanya.

2.2 Kontrol Diri

2.2.1 Definisi Kontrol Diri

Kontrol Diri menurut (Averill, 1973) merupakan kemampuan individu untuk membentuk perilaku, mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, serta kemampuan individu ketika memilih tindakan yang berdasarkan pada keinginan. Menurut (Ein-Gar & Sagiv, 2014), kontrol diri merupakan sebuah proses dimana individu harus menahan godaan yaitu perilaku hedonis yang digambarkan sebagai suatu keinginan untuk melakukan sebuah tindakan yang salah serta tidak melakukan hal yang benar. Menurut Chaplin (2006), kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan perilaku impulsif. Menurut (Tangney, 2004) kontrol diri merupakan kemampuan individu agar dapat mengontrol dirinya sendiri merupakan bagian dari perilaku serta harus berhati-hati dalam mengambil sikap.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan suatu kemampuan individu untuk dapat mengendalikan serta mengatur suatu respon yang muncul dalam mengatasi sebuah godaan agar terhindar dari perilaku yang tidak diinginkan serta fokus terhadap tujuan jangka panjang yang ingin diraih dimasa depan.

2.2.2 Aspek-Aspek Kontrol Diri

Aspek-aspek yang mempengaruhi kontrol diri menurut (Tangney, 2004) yaitu:

1. *Self-Discipline* (Disiplin Diri), yaitu berfokus pada kemampuan individu dalam memfokuskan diri pada saat melakukan tugas.
2. *Deliberate/Nonimpulsive* (Tindakan Non-Impulsif), yaitu kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu dengan pertimbangan tertentu, hati hati, serta tidak tergesa-gesa.
3. *Healthy Habits* (Kebiasaan Sehat), yaitu kemampuan individu untuk mengatur pola perilaku menjadi kebiasaan yang menyehatkan.
4. *Self-Regulation* (Regulasi Diri), yaitu berkaitan dengan kemampuan dari individu dalam menyelesaikan pekerjaan dengan baik tanpa dipengaruhi oleh hal-hal diluar tugas walaupun hal tersebut bersifat menyenangkan bagi individu tersebut.

5. *Reliability* (Reliabilitas), yaitu dimensi yang terkait dengan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya dalam pelaksanaan jangka panjang untuk mewujudkan setiap perencanaannya.

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Berikut ini terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri menurut (Tangney, 2004) yaitu:

1. Faktor Internal. Faktor internal yang mempengaruhi kontrol diri adalah kondisi emosi dalam diri seorang individu, kemampuan kognitif, kepribadian, minat dan usia.
2. Faktor eksternal. Faktor eksternal diantaranya adalah lingkungan. Lingkungan keluarga dan lingkungan masyarakat menjadi faktor yang mempengaruhi kontrol diri seorang individu.

2.3 *Celebrity Worship*

2.3.1 Definisi *Celebrity Worship*

Celebrity Worship yaitu sebuah kondisi dimana individu terobsesi kepada idola selebriti yang disukai dan tertarik dengan kehidupan pribadi idola selebriti tersebut (Mccutcheon, 2002). *Celebrity Worship* (pemujaan selebriti) merupakan perilaku obsesi seorang penggemar agar dapat terlibat dalam kehidupan idola selebriti atau sebuah bentuk dari sara kagum yang tidak biasa yang dapat menyebabkan kecanduan terhadap idola selebriti melalui aktivitas melihat, mendengar, membaca, dan mempelajari kehidupan seorang idola selebriti secara berlebihan (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2003). *Celebrity Worship* merupakan perilaku obsesi dari individu terhadap satu atau lebih selebriti yang sangat disukai oleh individu tersebut seakan-akan tidak bisa terlepas dari hal-hal yang berhubungan dengan selebriti tersebut (Maltby, 2006). Dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Celebrity Worship* merupakan sebuah perilaku memuja atau mendewakan seorang idola selebriti yang merupakan bentuk hubungan parasosial atau hubungan satu sisi antara seorang penggemar dengan idolanya.

2.3.2 Aspek-Aspek *Celebrity Worship*

Aspek-aspek *Celebrity Worship* menurut Maltby (2005) yaitu terbagi menjadi tiga aspek yang dapat dikatakan sebagai tingkatan *Celebrity Worship* agar dapat membedakan apakah seorang penggemar yang mengidolakan selebriti berada dalam tingkat ketertarikan yang normal atau sudah tergolong dalam perilaku obsesi yang berlebihan. Ketiga aspek tersebut yaitu:

1. *Entertainment-Social*

Merupakan aspek yang digambarkan dengan motivasi individu yang aktif dalam mencari semua informasi yang berkaitan dengan selebriti yang disukai. Keterlibatan seorang penggemar dengan selebriti yang disukai bertujuan untuk mencari hiburan serta menghabiskan waktu yang didasari oleh rasa ketertarikan atau rasa kagum seorang penggemar terhadap bakat, sikap, perilaku, dan hal lain yang dilakukan oleh selebriti tersebut. Dalam aspek ini, penggemar merasa senang ketika sedang membicarakan tentang idola selebriti yang disukai dengan orang lain serta penggemar lain yang juga mengidolakan seorang selebriti yang sama.

2. *Intense Personal Feeling*

Merupakan aspek yang menggambarkan tentang kondisi perasaan seorang penggemar yang intensif dan kompulsif terhadap idolanya serta hampir mendekati perasaan obsesif seorang penggemar terhadap idolanya. Seorang penggemar memiliki kebutuhan untuk mengetahui hal apapun yang dilakukan oleh idolanya dengan cara selalu mencari berita terbaru tentang idolanya hingga mencari informasi pribadi mengenai idolanya. Rasa empati yang tinggi yang dirasakan oleh penggemar terhadap idola yang disukai membuat seorang penggemar merasa bahwa memiliki sebuah keterikatan atau hubungan khusus dengan idolanya bahkan ikut merasakan hal yang sama ketika suatu hal terjadi kepada idolanya.

3. *Borderline-Pathological*

Merupakan tingkatan yang paling tinggi dari hubungan antara penggemar dengan idolanya. Hal ini digambarkan dengan sikap seperti kesediaan dari seorang penggemar yang akan melakukan hal apapun demi idolanya

meskipun hal yang dilakukan tersebut berbahaya dan melanggar hukum. Seorang penggemar akan membayangkan seolah-olah memiliki kedekatan atau hubungan khusus dengan idolanya serta penggemar juga memiliki keyakinannya sendiri apabila idolanya akan menolongnya disaat penggemar tersebut membutuhkan bantuan dari idolanya.

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Celebrity Worship*

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Celebrity Worship* menurut (Maltby, 2005) yaitu:

1. Usia
Celebrity Worship akan mencapai posisi puncaknya ketika remaja, dan seiring bertambahnya usia akan menurun ketika beranjak dewasa.
2. Keterampilan Sosial
Seseorang yang mempunyai keterampilan sosial yang buruk akan menganggap *Celebrity Worship* sebagai sebuah kompensasi untuk mencari kepuasan karena tidak terjadinya hubungan sosial yang nyata.
3. Jenis Kelamin
Laki-laki dan perempuan dapat mempunyai rasa suka atau kagum pada seorang idola tetapi dalam konteks yang berbeda. Perempuan mempunyai intensitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki ketika menyukai seorang idola karena perempuan akan berkhayal tentang idolanya untuk memenuhi fantasi mereka tentang hubungan yang romantis dan ideal
4. Kesepian
Seseorang yang kesepian, *introvert*, serta pemalu mempunyai ketertarikan yang tinggi terhadap hubungan parasosial dikarenakan mereka memiliki tuntutan sosial yang lebih sedikit.

2.4 Hubungan Antar Variabel

2.4.1 Hubungan Antara Kontrol Diri Dan *Celebrity Worship* Terhadap Perilaku Konsumtif

Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengontrol, mengarahkan, serta mengatur tingkah laku yang akan ditampilkan pada lingkungannya agar lebih positif dan dapat membaca situasi. Kontrol diri artinya

dapat mengendalikan emosi beserta dorongan yang ada di diri seseorang supaya bersikap lebih rasional dan tidak memunculkan reaksi hiperbola. Kontrol diri sangat diperlukan bagi seseorang yang merupakan penggemar K-Pop karena dengan memiliki kontrol diri yang baik maka seseorang akan bisa mengendalikan tingkah laku yang bersifat merugikan orang lain dan mampu menahan dirinya untuk menghindari melakukan perbuatan yang bersifat kriminal atau bertentangan dengan norma sosial yang berlaku.

Individu yang mempunyai kontrol diri yang tinggi akan mampu untuk mengendalikan diri yang berasal dari dorongan-dorongan yang membuat individu tersebut mempunyai keinginan untuk selalu mengetahui segala hal tentang idonanya begitupun sebaliknya, individu yang mempunyai kontrol diri yang rendah serta tidak bisa mengontrol dorongan-dorongan yang berasal dari luar akan menyebabkan terjadinya tindakan-tindakan agresif serta spontan demi idolanya seperti mengikuti kemanapun idolanya pergi atau membeli barang-barang apapun yang berhubungan dengan idolanya meskipun harus mengeluarkan uang yang tidak sedikit.

Celebrity worship atau pemujaan terhadap idola merupakan rasa suka terhadap idola eksklusif yang bisa mempengaruhi kehidupan penggemarnya atau istilah lainnya yaitu penggemar yang terobsesi terhadap idolanya. *Celebrity worship* merupakan bentuk korelasi parasosial yang artinya merupakan hubungan khayalan seorang penggemar terhadap idolanya yang bersifat satu arah dalam hal ini penggemar mengenal idolanya sedangkan idolanya tidak mengenal penggemarnya. *Celebrity worship* memiliki tiga aspek yaitu *Entertainment-Social*, *Intense Personal Feeling*, dan *Borderline Pathological*. Penggemar yang menyukai idolanya akan bersikap royal serta rela untuk mengeluarkan uang untuk membeli apapun yang terkait dengan idolanya seperti *merchandise*, *album* yang berkaitan dengan idolanya.

2.4.2 Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif

Kontrol diri menurut (Tangney, 2004) yaitu kemampuan individu untuk dapat mengontrol dirinya sendiri merupakan bagian dari perilaku serta harus berhati-hati dalam mengambil sikap. Menurut Averill (1973) kontrol diri

merupakan kemampuan seseorang dalam mengubah perilaku, kemampuan individu untuk memilih tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini dengan benar dalam mengelola informasi yang diinginkan maupun yang tidak diinginkan. Menurut (Ein-Gar & Sagiv, 2014), kontrol diri merupakan sebuah proses dimana individu harus menahan godaan yaitu perilaku hedonis yang digambarkan sebagai suatu keinginan untuk melakukan sebuah tindakan yang salah serta tidak melakukan hal yang benar. Menurut Chaplin (2006), kontrol diri yaitu kemampuan untuk mengendalikan perilaku seseorang itu sendiri yang merupakan kemampuan untuk menahan perilaku impulsif.

Kemampuan kontrol diri seseorang dapat dilihat dari kemampuan seseorang ketika menghadapi suatu dorongan sesaat, melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum melakukan sesuatu, serta mampu untuk memilih keputusan yang terbaik dari berbagai pilihan yang ada. Seseorang yang memiliki kontrol diri yang rendah sering mengalami kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka. Seseorang dengan kontrol diri tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi (Chita, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh (Anggreini & Mariyanti, 2014; Empati, 2018) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang cukup signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif yang artinya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif seseorang.

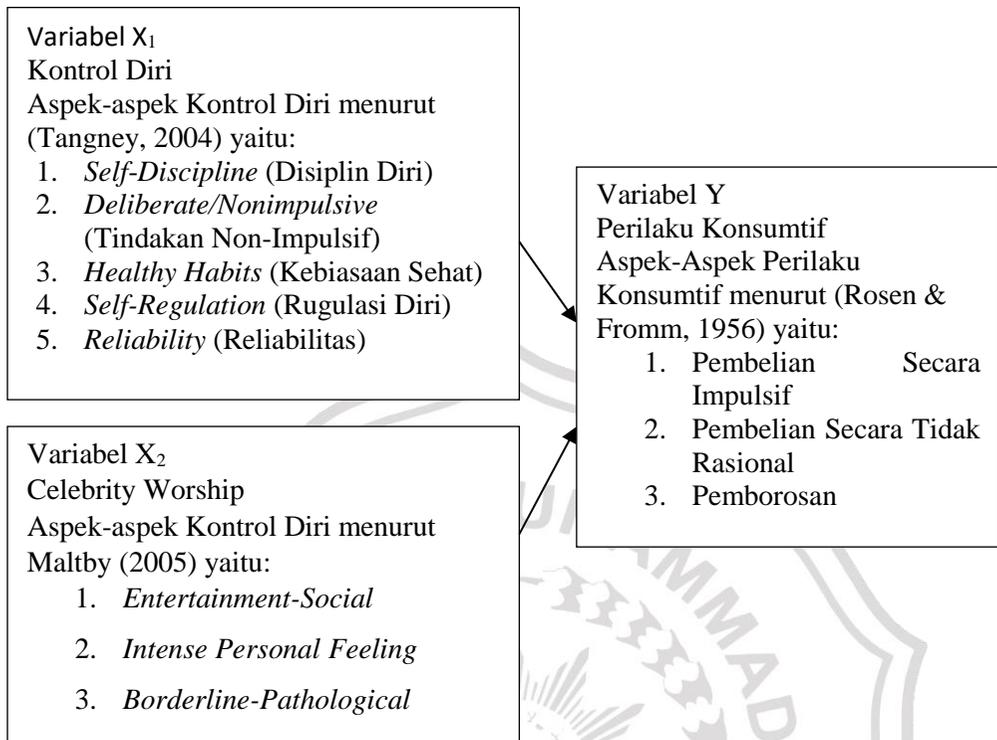
2.4.3 Hubungan Antara *Celebrity Worship* Dan Perilaku Konsumtif

Celebrity worship menurut (Maltby, 2006) yaitu merupakan perilaku obsesi dari individu terhadap satu atau lebih selebriti yang sangat disukai oleh individu tersebut seakan-akan tidak bisa terlepas dari hal-hal yang berhubungan dengan selebriti tersebut. Terdapat tiga tingkatan dalam *celebrity worship* menurut (Maltby, 2005) yaitu *entertainmet-social*, pada tingkatan ini seseorang hanya menjadikan idolanya sebagai hiburan semata atau hanya sekedar menari tahu sedikit informasi tentang idolanya melalui media sosial yang berlandaskan konformitas terhadap teman sebaya. Tingkatan kedua yaitu *intense personal feeling*, dalam tingkatan ini seseorang menggambarkan perasaan intensifnya terhadap idolanya yang dapat mengakibatkan seseorang ingin mengetahui hal apapun yang dilakukan oleh

idolanya secara lebih mendalam. Tingkatan ketiga yaitu *borderline-pathological* yang artinya dalam tingkatan ini sudah memasuki tingkatan yang ekstrem pada hubungan antara seorang penggemar dengan idolanyaserta dapat menyebabkan dampak yang buruk dan merugikan.

Celebrity worship memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumtif karena ketika seseorang mengidolakan atau menyukai idola, maka timbul sikap untuk memiliki hal yang berkaitan dengan idola semakin meningkat. Seseorang yang mengidolakan dan menyukai idola tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kelompok teman sebaya yang menyebabkan konformitas. Perilaku konsumtif terjadi akibat adanya pola untuk bersikap ikut-ikutan atau konformitas agar merasa mudah untuk diterima dalam sebuah kelompok tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh (Reeves, 2012) mengatakan bahwa orang-orang yang mengidolakan dan menyukai seorang idola akan melakukan hal apapun untuk idolanya termasuk dengan melakukan pembelian secara kompulsif yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif dengan melakukan pembelian produk yang berhubungan dengan idolanya seperti album, *CD*, *DVD*, *photobook*, *poster*, *photocard*, tas, kaos, jaket, majalah, gantungan kunci, *earphone*, dan lain sebagainya karena hal tersebut dapat membuat seorang penggemar merasa lebih dekat dengan idolanya.

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 3. Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016 : 64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada sebuah penelitian. Hipotesis harus dibuktikan kebenarannya karena masih dugaan. Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian serta kerangka pemikiran teoritis terhadap perumusan masalah, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh antara kontrol diri dengan *celebrity worship* terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop Army.

H₂ : Terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop Army

H₃ : Terdapat pengaruh antara *celebrity worship* terhadap perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop Army.