

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif

Lina & Rosyid (1997) mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif merupakan dorongan untuk membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.

Sumartono (2002) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang dari merek lain yang sejenis, meskipun barang sebelumnya belum habis. Hal ini menunjukkan adanya dorongan konsumsi yang tidak didasarkan pada urgensi, melainkan karena pengaruh eksternal atau kepuasan emosional.

Sementara itu, Hamilton dkk.(2005) menggunakan istilah *wasteful consumption* yakni praktik pembelian produk atau jasa yang melebihi apa yang diperlukan atau melebihi definisi kebutuhan yang realistis. Konsumsi yang berlebihan ini dinilai tidak efisien dan cenderung merugikan karena tidak memberikan manfaat yang seimbang dengan sumber daya yang dikeluarkan.

Fromm (2017) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah pola konsumsi berlebihan yang dilakukan demi memperoleh kepuasan sesaat. Menurutnya, individu yang terlibat dalam perilaku ini cenderung mencari kesenangan pribadi melalui konsumsi barang atau jasa, meskipun hal tersebut bersifat sementara dan tidak substansial.

Coleman dkk. (2011) menambahkan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan keinginan untuk memenuhi tuntutan yang mencolok dan bersifat boros. Tindakan konsumsi seperti ini lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional dan tekanan sosial, dibandingkan oleh pertimbangan logis atau rasional.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang/jasa secara berlebihan, yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan lebih pada dorongan emosional, sosial, atau keinginan untuk mendapatkan kepuasan sementara.

2.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina & Rosyid (1997) konsumtif memiliki tiga unsur aspek yang berbeda, diantaranya sebagai berikut:

1. Pembelian impulsif (*impulsive buying*), adalah perilaku pembelian dimana keputusan dibuat pada saat pembelian dan dilakukan hanya atas dasar dorongan impulsif dan sesaat. Hal ini dilakukan tanpa pemikiran atau perencanaan, tanpa memanfaatkan fakta-fakta yang telah tersedia, seperti memikirkan konsekuensi dan mengambil tindakan sebelum melakukan pembelian.
2. Pembelian tidak rasional (*non rasional buying*) Seorang konsumen dikatakan bertindak tidak rasional ketika mereka membeli barang tanpa terlebih dahulu mempertimbangkan kegunaannya. Pembelian dilakukan sebagian besar untuk status, mengikuti mode atau agar terlihat modern, bukan karena kebutuhan.
3. Pembelian berlebihan (*wasteful buying*), Mencirikan pemborosan sebagai jenis aktivitas pembelian yang membuang-buang uang tanpa ada kebutuhan yang jelas.

2.1.3 Karakteristik Perilaku Konsumtif

Mujahidah (2020) menegaskan bahwa karakteristik perilaku konsumtif. Secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengutamakan keinginan daripada kebutuhan saat melakukan pembelian;
2. Membeli produk yang berlebihan;
3. Membeli produk karena kemasannya yang khas, menggemaskan dan menarik;
4. Membeli produk untuk memenuhi gaya hidup agar tetap kekinian;
5. Membeli produk untuk meningkatkan status sosial seseorang;
6. Membeli produk karena diskon dan insentif yang tersedia.

2.1.4 Faktor-faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Mujahidah (2020) penyebab perilaku konsumtif, yakni ketidakmampuan seseorang untuk mengendalikan dorongan dan godaan untuk berbelanja. Akibatnya, orang

yang terlibat dalam perilaku konsumtif biasanya kesulitan untuk menahan keinginan untuk berbelanja setiap kali mereka melihat suatu barang.

Selain itu, faktor penyebab perilaku konsumtif dapat berasal dari dua faktor, yakni:

1. Faktor internal, yang berasal dari faktor motivasi, mengacu pada cara-cara di mana individu termotivasi untuk membeli dan menggunakan barang dan jasa karena mereka memiliki keinginan dari dalam diri untuk dapat melakukannya.
2. Faktor eksternal, meliputi:
 - a. Faktor gaya hidup, ketika seseorang membeli dan menggunakan produk atau layanan agar sesuai dengan rutinitas mereka dan tidak ketinggalan zaman;
 - b. Faktor iklan, ketika seseorang tertarik dan terpengaruh oleh produk yang ditawarkan lewat iklan;
 - c. Faktor faktor panutan atau kelompok referensi adalah ketika orang membeli dan menggunakan produk atau layanan berdasarkan apa yang dibeli dan digunakan oleh anggota lain dalam kelompok referensi mereka;
 - d. Faktor model identifikasi diri, dimana seseorang mengonsumsi dan memakai produk dan jasa karena terpengaruh oleh idola atau selebriti yang mereka hormati, mengambil gaya hidup atau harta benda orang-orang tersebut sebagai panutan dalam kehidupan sehari-hari;
 - e. Faktor keluarga, individu dipengaruhi oleh anggota keluarga mereka ketika membeli dan memanfaatkan barang dan jasa.

2.2 Gaya Hidup Hedonis

2.2.1 Definisi Gaya hidup hedonis

Wells & Tigert (1971) menyebutkan gaya hidup hedonis ialah pola hidup individu dalam membelanjakan uangnya serta mengalokasikan waktu secara berlebihan yang

diwujudkan dalam bentuk aktivitas, minat, dan opini untuk mengejar kesenangan dan kenikmatan materi.

Kemudian Kunto (1999) menyatakan bahwa istilah ini berasal dari hedonism kata yang mengacu pada budaya atau paham masyarakat yang mengutamakan kesenangan duniawi di atas segalanya. Pandangan ini berkembang menjadi suatu pola pikir masyarakat modern yang menilai kebahagiaan dan keberhasilan dari seberapa besar kesenangan yang dapat diperoleh, terutama melalui konsumsi barang dan jasa.

Menurut Amstrong (2003) gaya hidup hedonis ditandai dengan pola hidup yang menekankan pada pengejaran kepuasan hidup, seperti lebih banyak bermain, lebih banyak keluar rumah, menikmati suasana kota, membeli barang-barang mahal, dan dorongan untuk menjadi pusat perhatian. Individu dengan gaya hidup hedonis cenderung menempatkan kepuasan pribadi sebagai prioritas utama dibandingkan pertimbangan rasional atau kebutuhan mendasar.

Sedangkan Chaney (2007) mendeskripsikan Gaya hidup hedonis sebagai cara hidup yang mengharuskan untuk melakukan apapun yang dianggap baru. Individu dengan gaya hidup ini akan merasa terdorong untuk mencoba berbagai tren atau gaya hidup yang sedang populer demi mendapatkan kesenangan atau pengakuan sosial.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijabarkan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa, Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengutamakan pencarian kesenangan dan kepuasan pribadi, terutama melalui konsumsi barang-barang materi, hiburan, dan aktivitas yang memberikan kenikmatan fisik dan emosional, dengan fokus pada pengeluaran berlebihan dan keinginan untuk mencoba hal-hal baru.

2.2.2 Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis

Wells & Tigert (1971) mengemukakan bahwa terdapat 3 aspek gaya hidup hedonistik, yakni:

1. *Activity* (aktivitas) adalah cara seseorang memanfaatkan waktu mereka, hal ini ditunjukkan dalam tindakan nyata yang dapat diamati, seperti bermain di luar rumah, mengunjungi mal dan kafe, membeli barang-barang mahal, menyukai kegiatan yang menyenangkan, dan menyukai segala sesuatu yang praktis untuk memuaskan nafsu belaka. Perilaku-perilaku ini dapat

dipahami, tetapi tidak dapat diukur secara langsung.

2. *Interest* (minat) diartikan sebagai ketertarikan individu terhadap sesuatu yang menarik di lingkungannya, sehingga individu merasa senang dan mengikutinya demi mencapai kepuasan pribadi. Sesuatu yang menyoroti aspek kenikmatan dalam hidup, baik itu objek, peristiwa, atau masalah, dapat menarik minat. Minat ini dapat mencakup hal-hal seperti makanan, mode, barang bermerek, lokasi untuk berkumpul, menyukai hiruk pikuk kota metropolitan, dan dorongan untuk menjadi pusat perhatian.
3. *Opinion* (pendapat), merupakan pendapat seseorang yang diungkapkan secara lisan atau tertulis sebagai tanggapan terhadap produk yang berkaitan dengan kegembiraan hidup serta pertanyaan atau masalah sosial yang muncul terkait hal tersebut. Ketika menjelaskan harapan, penilaian, dan interpretasi perilaku, opini digunakan dengan gagasan untuk mengikuti tren yang berlaku.

2.2.3 Ciri-ciri Gaya hidup hedonis

Ibrahim dkk.(2019)mengemukakan bahwa terdapat beberapa karakteristik gaya hidup hedonis, meliputi:

1. Seseorang yang cenderung memiliki pendapat yang berbeda. Memiliki kecenderungan untuk mengejar modernitas fisik, dan berpikir bahwa dengan memiliki produk dan perangkat berkualitas tinggi dan canggih adalah sesuatu yang membanggakan.
2. Memiliki kecenderungan untuk menunjukkan relativitas kesenangan yang lebih tinggi dari biasanya, minat spontan sering terjadi dalam diri individu, yaitu ketika individu menghadapi tantangan yang mereka anggap sulit, mereka percaya bahwa semua orang meremehkan mereka dan mereka berpikir bahwa tidak peduli berapa banyak uang yang mereka miliki, itu tidak akan pernah cukup.

2.2.4 Faktor-faktor Gaya hidup hedonis

Menurut Kotler (1997) ada dua elemen yang mempengaruhi gaya hidup hedonis. Secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor internal,

a. Sikap.

Suatu keadaan pikiran yang siap bereaksi terhadap suatu hal yang telah diorganisir oleh pengalaman dan secara langsung memengaruhi perilaku disebut sebagai sikap.

b. Pengalaman dan Pengamatan.

Pengalaman diperoleh dari semua kegiatan sebelumnya dan dapat dipelajari, dan dapat memengaruhi pengamatan sosial dalam berperilaku. Seseorang bisa mendapatkan pengalaman melalui pendidikan.

c. Kepribadian.

Kepribadian seseorang adalah kombinasi dari sifat-sifat unik dan pola perilaku mereka yang menentukan perbedaan individu dalam berperilaku.

d. Konsep Diri.

Konsep diri merupakan cara seseorang melihat dirinya sendiri memengaruhi hal-hal yang menarik perhatian mereka. Karena konsep diri berfungsi sebagai kerangka acuan yang memicu perilaku, konsep diri merupakan komponen mendasar dari pola kepribadian dan akan menentukan perilaku seseorang saat menghadapi tantangan hidup.

e. Motif.

Motif yakni dimana seseorang akan menjalani gaya hidup hedonis jika mereka memiliki dorongan yang besar untuk gengsi. Jika seseorang memiliki keinginan yang kuat untuk gengsi, hal ini akan menciptakan gaya hidup yang mengarah ke hedonisme.

f. Persepsi.

Proses di mana seseorang mengerahkan, mengendalikan, dan mengevaluasi data untuk menciptakan pemahaman yang bermakna

tentang dunia disebut persepsi.

2. Faktor eksternal,

a. Kelompok referensi.

Kelompok yang dikenal sebagai kelompok referensi memiliki kekuatan untuk secara langsung atau tidak langsung membentuk sikap dan tindakan seseorang. Kelompok di mana seseorang menjadi anggotanya dan berinteraksi dengan anggota lainnya dikenal sebagai kelompok pengaruh langsung; di sisi lain, kelompok di mana seseorang bukan anggotanya dikenal sebagai kelompok pengaruh tidak langsung. Orang akan terpapar gaya hidup dan perilaku tertentu sebagai hasil dari pengaruh ini.

b. Keluarga.

Pengaruh yang paling lama dan paling signifikan terhadap keyakinan dan kebiasaan seseorang berasal dari keluarga mereka. Hal ini dikarenakan kebiasaan seorang anak dibentuk oleh gaya pengasuhan orang tuanya, yang pada gilirannya mempengaruhi cara hidup mereka.

c. Kelas Sosial.

Dalam sebuah budaya, kelas sosial adalah kelompok yang cukup stabil dan homogen yang dibagi menjadi beberapa tingkatan, yang masing-masing terdiri dari orang-orang yang memiliki kepercayaan, minat, dan pilihan gaya hidup yang sama. Struktur sosial pembagian kelas dalam masyarakat terdiri dari dua komponen utama: peran dan posisi (status). Posisi sosial seseorang mengacu pada kedudukannya dalam masyarakat dan pentingnya hak dan tanggung jawab mereka. Seseorang dapat terlahir dalam status sosial ini atau memperolehnya melalui usaha sadar. Salah satu fitur dinamis dari posisi adalah peran. Seorang individu memenuhi suatu fungsi ketika mereka bertindak sesuai dengan hak dan kewajiban posisi mereka.

d. Kebudayaan.

Informasi, nilai, moralitas, hukum, praktik, dan kebiasaan yang diambil oleh orang-orang sebagai anggota masyarakat semuanya termasuk dalam budaya. Segala sesuatu yang diperoleh melalui pola perilaku normatif,

seperti pola pikir, emosi, dan perilaku, disebut sebagai budaya.

2.3 Kontrol Diri

2.3.1 Pengertian Kontrol diri

Averill (1973) mendeskripsikan kontrol diri sebagai kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini.

Menurut Mahoney dan Thoresen (Robert, 1975) kontrol diri adalah interaksi integratif individu dengan lingkungannya. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri tidak hanya tergantung pada kemampuan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yang ada di sekitar individu.

Sedangkan menurut (Tangney dkk., 2004) kontrol diri kemampuan seseorang untuk membuat keputusan tentang perilaku mereka berdasarkan standar seperti moral, nilai, dan norma sosial untuk mendorong perilaku positif.

Calhoun dan Acocella 1990 (Risnawita, 2010) mendeskripsikan kontrol diri sebagai kemampuan untuk mengatur proses perilaku, psikologis, dan tubuh sendiri-yaitu proses pembentukan diri sendiri.

Hurlock (Risnawita, 2010) mengungkapkan kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengontrol, mengatur, dan mengarahkan perilaku dengan menggunakan proses kognitif untuk mengarahkannya dengan cara yang konstruktif. Kemampuan untuk menahan emosi dan impuls diri sendiri merupakan komponen kunci dari kontrol diri.

Sedangkan menurut Ghufroon & Risnawita (2010) melakukan kontrol diri melibatkan pengaturan perilaku yang memiliki tujuan dan mempertimbangkan pilihan-pilihan sebelum bertindak.

Kemudian menurut Chaplin (2011) kontrol diri adalah kapasitas yang dimiliki seseorang untuk mengarahkan perilakunya, kapasitas untuk menahan atau mencegah impuls atau aktivitas impulsif. Hal ini mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih rasional dan terkontrol.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijabarkan, dengan demikian dapat dikatakan bahwa, kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan perilaku, emosi, dan impuls melalui proses kognitif dan pengambilan keputusan yang sesuai dengan norma sosial dan nilai pribadi. Kontrol diri tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi juga berinteraksi dengan lingkungan eksternal, yang memungkinkan individu untuk bertindak lebih terencana, bijak, dan bertanggung jawab.

2.3.2 Aspek-aspek Kontrol diri

Averill (1973) mengemukakan ada 3 aspek kontrol diri, Secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku menunjukkan kesiapan suatu respon yang secara langsung dapat mempengaruhi atau memodifikasi keadaan yang tidak menyenangkan. Kontrol perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

- a) Kemampuan mengatur pelaksanaan, yaitu kemampuan individu menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan yaitu dirinya atau orang lain.
- b) Kemampuan memodifikasi stimulus, yaitu kemampuan individu mengetahui cara dan waktu menghadapi stimulus yang tidak dikehendaki. Stimulus dapat dihadapi dengan menggunakan beberapa cara diantaranya adalah mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu diantaranya rangkaian stimulus yang berlangsung dan menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir serta membatasi intensitasnya.

2. Kontrol Kognitif (*cognitif control*)

Kemampuan untuk mencerna informasi yang tidak menyenangkan dengan menganalisis, mengevaluasi, atau menghubungkan suatu peristiwa sebagai penyesuaian psikologis atau penghilang stres dikenal sebagai kontrol kognitif. Aspek ini terdiri dari dua bagian:

- a) Memperoleh informasi, yaitu kemampuan individu mengantisipasi keadaan atau peristiwa baik atau buruk melalui pertimbangan yang

objektif terhadap informasi yang diperoleh. Informasi mengenai keadaan yang tidak menyenangkan dapat membantu individu untuk mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan.

- b) Kemampuan melakukan penilaian, yaitu kemampuan menilai dan menafsirkan keadaan atau peristiwa tertentu dengan memperhatikan segi positif secara objektif.

3. Mengontrol keputusan (*decesional control*)

Kemampuan untuk memilih suatu tindakan atau hasil berdasarkan keyakinan atau kesepakatan dikenal sebagai kontrol keputusan. Kemampuan untuk melakukan kontrol diri saat mengambil keputusan akan bekerja dengan baik jika orang diberi kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan untuk memilih dari berbagai pilihan yang ada.

2.3.3 Jenis-jenis Kontrol diri

Block dan Block (2010) membedakan tiga kategori kualitas kontrol diri, yaitu *over control*, *under control*, dan *appropriate control*. Secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. *Over Control* adalah praktik melakukan kontrol diri yang berlebihan, yang membuat orang bereaksi terhadap rangsangan dengan menahan diri secara signifikan.
2. *Under Control* mengacu pada kecenderungan seseorang untuk bertindak secara impulsif tanpa berpikir panjang.
3. *Appropriate Control* adalah Kontrol yang tepat mengacu pada upaya pengendalian diri pribadi untuk mengatur impuls.

2.3.4 Faktor-faktor Kontrol Diri

Ghufron & Risnawita (2010) membagi elemen yang dapat mempengaruhi kontrol diri menjadi 2, Secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor Internal.

Usia adalah salah satu variabel internal yang memengaruhi pengendalian diri. Kapasitas seseorang untuk mengatur dirinya sendiri meningkat seiring

bertambahnya usia. Anak-anak memperoleh kontrol diri dari bagaimana orang tua mereka dalam menegakkan disiplin, bereaksi terhadap kegagalan mereka, berkomunikasi dengan mereka, dan mengekspresikan kemarahan mereka. Anak belajar bagaimana bereaksi terhadap kekecewaan, ketidaksukaan, dan kegagalan, serta memperoleh kendali atas hal tersebut seiring berjalannya waktu sebagai hasil dari pertumbuhannya, terpapar pada situasi sosial yang lebih luas, dan mengembangkan komunitas yang berpengaruh.

2. Faktor eksternal.

Lingkungan keluarga merupakan salah faktor dari kontrol diri. orang tua yang menentukan kapasitas seseorang untuk mengendalikan diri. Salah satu yang digunakan orang tua adalah disiplin, karena dapat digunakan untuk mengatur perilaku dan menentukan kepribadian yang positif dalam diri seseorang. Kontrol diri dan pengarahan diri dapat dikembangkan melalui disiplin dalam kehidupan sehari-hari, memungkinkan seseorang untuk bertanggung jawab penuh atas segala tindakannya.

2.4 Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Psikologis

Kegiatan konsumsi merupakan kegiatan menghabiskan nilai guna suatu barang yang dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu teori yang mendasari perilaku konsumtif yaitu Teori Hierarki Kebutuhan Manusia (*Maslow's Hierarchy of Needs*) yang diperkenalkan oleh Abraham Maslow pada tahun 1943. Maslow mengemukakan lima kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingannya. Manusia berusaha memenuhi kebutuhan dari tingkatan yang paling rendah yakni kebutuhan fisiologis, kemudian akan naik tingkat setelah kebutuhan sebelumnya telah dipenuhi, begitu seterusnya hingga sampai pada kebutuhan paling tinggi yakni aktualisasi diri (Sumarwan, 2015).

Pada tingkat pertama, kebutuhan fisiologis mencakup kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Konsumsi pada tingkat ini biasanya bersifat fungsional, dimana individu membeli barang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi, individu beralih kepada kebutuhan

keamanan. Pada tahap ini, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh pencarian rasa aman dan stabilitas, baik secara fisik maupun finansial. Selanjutnya, kebutuhan sosial menjadi faktor penting dalam perilaku konsumtif. Individu mulai mencari interaksi sosial dan pengakuan dari orang lain. Pada tahap ini, produk yang dibeli sering kali mencerminkan identitas sosial dan status individu, seperti pakaian merek terkenal atau gadget terbaru. Dengan memenuhi kebutuhan sosial, konsumen berharap untuk diterima dan dihargai oleh kelompok sosial mereka. Pada tingkat penghargaan atau ego, konsumen semakin fokus pada pencarian pengakuan dan harga diri. Mereka cenderung membeli barang-barang yang dianggap prestisius atau mewah, yang dapat meningkatkan citra diri dan status sosial mereka di hadapan orang lain. Akhirnya, di puncak hierarki kebutuhan, individu berusaha mencapai aktualisasi diri. Aktualisasi diri merupakan kebutuhan yang berlandaskan akan keinginan dari seorang individu untuk menjadikan dirinya sebagai orang yang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya. Dalam hal kegiatan berkonsumsi, mereka yang telah mencapai tahap aktualisasi diri cenderung menyukai barang-barang eksklusif dengan harga yang mahal dan limited edition. Kepuasan yang mereka dapatkan dari barang-barang mewah tersebut memang tidak saja secara langsung didapatkan. Kepuasan tersebut dapat dirasakan salah satunya dari rasa bangga karena memiliki barang yang orang lain belum memilikinya dan hanya dijadikan sebagai ajang pamer semata. Hal tersebut menyebabkan mereka ketergantungan untuk terus-menerus selalu tampil berbeda dengan orang lain dengan harapan akan menaikkan status sosialnya dimasyarakat, sehingga kemudian memunculkan adanya perilaku konsumtif.

2.5 Hubungan Gaya hidup dengan Perilaku Konsumtif

Wells & Tigert (1971) menyebutkan gaya hidup hedonis adalah pola hidup individu dalam membelanjakan uangnya serta mengalokasikan waktu secara berlebihan yang diwujudkan dalam bentuk aktivitas, minat, dan opini untuk mengejar kesenangan dan kenikmatan materi.

Lebih lanjut Amstrong (2003) gaya hidup hedonis ditandai dengan pola hidup yang menekankan pada pengejaran kepuasan hidup, seperti lebih banyak bermain, lebih

banyak keluar rumah, menikmati suasana kota, membeli barang-barang mahal, dan dorongan untuk menjadi pusat perhatian. Gaya hidup hedonis tentu memiliki korelasi dengan perilaku konsumtif. Seorang individu yang mempunyai gaya hidup hedonis, condong pada perilaku konsumtif. Seseorang yang mempunyai gaya hidup hedonis cenderung membeli barang yang dilihatnya menarik sehingga meningkatkan minat beli, walaupun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan.

Sebagai dasar acuan dari teori yang telah dikemukakan, beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan sependapat dengan penelitian ini diantaranya, penelitian mengenai Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa yang dilakukan oleh Sumantri dkk.(2023) diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion dianggap diterima. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 29.1% terhadap perilaku konsumtif produk fashion.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfairah(2021), yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa di Kecamatan Sutera. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hitung regresi linear sederhana dengan taraf signifikan $0.026 < 0.05$, serta nilai koefisien determinansi (R Square) sebesar 0.126 yang artinya bahwa hubungan gaya hidup hedonis (x) dengan perilaku konsumtif (y) adalah sebesar 1.26%.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ritonga dkk.(2022), menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja di Surabaya yang didapatkan dari nilai t sebesar 6,341 dan signifikansi 0,000. Tingkat perilaku konsumtif remaja di Surabaya pada level sedang, yaitu sebesar 70,3%. Hal ini sejalan dengan gaya hidup hedonis remaja yang berada pada level sedang, yaitu 64,6%. Artinya sebagian besar remaja di Surabaya memiliki perilaku konsumtif sedang dan memiliki gaya hidup sedang, namun dari kategori tinggi dan rendah partisipan penelitian lebih banyak berada dalam kategori tinggi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Dwiridotjahjono dkk.(2021) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dengan perilaku konsumtif, apabila gaya hidup masyarakat semakin meningkat maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif sebesar 0,707 atau 70,7%. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) membuktikan bahwa

terdapat pengaruh positif yang signifikan variabel gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif dimana diperoleh nilai t hitung sebesar $2,254 \geq 1,984$ (t tabel) dengan taraf signifikan 0,003 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif.

Dari beberapa penjabaran penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis, mempunyai kecenderungan yang tinggi terhadap penampilan, sehingga cenderung membeli produk agar menunjang penampilannya tersebut. Selain itu, individu dengan gaya hidup hedonis mempunyai kecenderungan mengonsumsi barang yang dilihatnya menarik sehingga meningkatkan minat beli, meskipun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan. Individu akan berusaha menjalani kehidupan yang mewah dalam upaya untuk tampil menarik di lingkungan mereka.

2.6 Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

Calhoun dan Acocella 1990 (Risnawita, 2010) mendeskripsikan kontrol diri sebagai kemampuan untuk mengatur proses perilaku, psikologis, dan tubuh sendiri-yaitu proses pembentukan diri sendiri. Dengan berbelanja, individu bisa memperoleh kebahagiaan, dikarenakan terpenuhinya beberapa keinginan. Namun, belanja juga bisa menimbulkan dampak negatif apabila individu tidak mampu untuk mengendalikannya. Sehingga menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif (Khoirunnisa, 2021).

Fenomena perilaku konsumtif banyak terjadi dikalangan remaja, karena pada masa remaja merupakan masa seseorang dalam mencari jati diri dan masih labil sehingga mereka sering menjadi target pasar yang dapat memunculkan perilaku konsumtif yang tidak wajar, seperti membeli sesuatu diluar kebutuhan, namun namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Perilaku konsumtif yang dilakukan dapat menimbulkan dampak yang negatif, maka dari itu diperlukan adanya kontrol diri pada diri remaja agar tidak terjadi perilaku konsumtif yang berlebihan.

Sebagai dasar acuan dari teori yang telah dikemukakan, sejumlah penelitian sebelumnya yang sesuai dan sependapat dengan penelitian ini diantaranya, penelitian mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif yang dilaksanakan oleh Sudarisman(2019) yang menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan

perilaku konsumtif melalui online shop pada mahasiswi FIP UNY angkatan 2016 yaitu dengan besar $r = -0.861$ dan $p < 0.05$. Artinya bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif melalui online shop dan berlaku sebaliknya. Sumbangan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif melalui online shop berdasarkan rumus $r^2 \times 100\%$ yaitu diperoleh hasil sebesar 74 % terhadap perilaku konsumtif melalui online shop, sisanya sebesar 26% merupakan pengaruh dari faktor lain.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Candra dkk.(2021), menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMAN 10 Padang maka hal ini berarti hipotesis diterima. Adapun sumbangan efektif dari variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 15%. Berdasarkan analisis data, maka diperoleh perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMAN 10 Padang berada pada kategori sedang.

Penelitian yang dilakukan oleh Keraf dkk.(2021), menyatakan bahwa kontrol diri dan perilaku konsumtif belanja online memiliki hubungan yang negatif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat pada koefisien korelasi yang bernilai $-0,203$ dengan koefisien negatif yang berarti tidak searah dan signifikansi sebesar $0,000 < 0.05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Sebagian besar remaja puri di Desa Oesapa memiliki tingkat kontrol diri yang sedang, yaitu sebesar 71,6%, dan tingkat perilaku konsumtif belanja online yang rendah yaitu sebesar 49,6%. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri yang meningkat akan diikuti dengan perilaku konsumtif belanja online yang rendah.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Lailidkk. (2024), menyatakan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Prodi Psikologi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis yang menunjukan koefisien korelasi sebesar $-0,451$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan presentase terbanyak dari kontrol diri yang dimiliki mahasiswi prodi psikologi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yaitu sebesar 69,2% dengan jumlah 126 mahasiswi, begitu juga dengan perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswi yaitu sebesar 79,1% dengan jumlah 144 mahasiswi prodi psikologi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

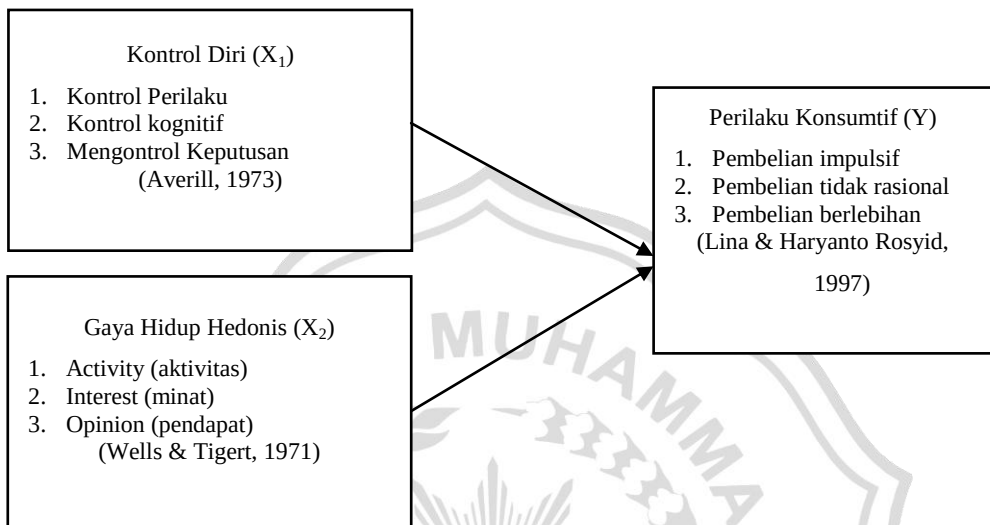
Dari beberapa uraian diatas, menunjukkan bahwa kontrol diri berfungsi meminimalisir adanya perilaku konsumtif yang berlebihan pada individu, karena dengan

adanya kontrol diri yang baik, diharapkan individu dapat mengendalikan perilakunya agar tidak mengarah pada perilaku yang sia-sia dan hanya membuang waktu seperti perilaku konsumtif.



2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penulisan ini dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:



2.8 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual yang telah dipaparkan, maka jawaban sementara atau hipotesis yang diajukan adalah:

a. Hipotesis Mayor

H₁: Terdapat pengaruh antara gaya hidup dan kontrol diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Muhammadiyah 1 pengguna *e-commerce*.

b. Hipotesis Minor

H₂: Terdapat pengaruh antara gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Muhammadiyah 1 pengguna *e-commerce*.

H₃: Terdapat pengaruh antara kontrol diri secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Muhammadiyah 1 pengguna *e-commerce*.