

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif Terhadap *Fashion* Busana Muslimah

Pengertian perilaku konsumtif dikembangkan dari pengertian perilaku konsumen. Menurut Solomon (1996) perilaku konsumen adalah proses studi yang melibatkan konsumen dalam memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, pelayanan, ide-ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Mowen dan Minor (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. Sedangkan Engel (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan- tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Hampel (1996) menggambarkan perilaku konsumtif sebagai adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Secara psikologis perilaku konsumtif ditandai dengan emosi yang tinggi, terkadang tidak disadari dan tidak logika. Sedangkan menurut Sumartono (2002) perilaku

konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk yang sama tetapi merek yang berbeda atau membeli barang karena banyak memakai adanya hadiah yang ditawarkan membeli sesuatu produk karena banyak memakai barang tersebut. Kesimpulannya perilaku konsumtif adalah suatu bentuk perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan.

Sumartono (2009) mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Sumartono (2002) juga mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Hotpascaman (2010) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan tanpa pertimbangan rasional demi mendapatkan kepuasan hasrat dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya yang bersifat berlebihan. Kemudian menurut Hasibuan (2010) perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan manusia sebagai konsumen dalam membeli barang-barang yang bukan lagi didasarkan oleh kebutuhan dan pertimbangan yang rasional, tetapi hanya berdasarkan hasrat keinginan yang didominasi oleh faktor emosi dan sifatnya berlebihan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Troxell dan Stone, (1981) *fashion* adalah sebagai gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam waktu tertentu. Defenisi-defenisi tersebut dapat terlihat bahwa *fashion* erat kaitannya dengan gaya yang digemari, kepribadian seseorang dan rentang waktu. Sedangkan defenisi *fashion* busana muslimah secara etimologis, berasal dari bahasa arab yang artinya pakaian longgar yang menutup aurat.

Perilaku konsumtif menurut fromm (1976), merupakan perilaku membeli yang berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan yang sebenarnya hanya bersifat semu. Predikat ini biasanya melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak didasarkan pada faktor kebutuhan tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Sedangkan perilaku konsumtif terhadap *fashion* busana muslimah dapat diartikan perilaku membeli yang berlebihan terhadap *fashion* busana muslimah.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif terhadap *fashion* busana muslimah adalah kegiatan konsumen dalam mengkonsumsi busana muslimah yang sebenarnya kurang dibutuhkan, yang dilakukan secara berlebihan dengan tujuan mencapai kepuasan tertentu.

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Dalam perilaku konsumtif, ada 3 aspek pokok yang terkandung didalamnya, Stanton (1985) yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. *Impulsive buying*

Pembelian impulsif ialah perilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa pertimbangan dan biasanya bersifat emosional.

b. *Wasteful buying*

Perilaku membeli yang dapat mengakibatkan pemborosan jika dilakukan berdasarkan pada keinginan saja dan tidak berdasarkan kebutuhan.

c. *Non rational buying*

Mengarah pada kegiatan membeli yang didasarkan pada kemewahan, bersifat berlebihan dan mementingkan merek sebagai pertimbangan dalam membeli.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Solomon (1996) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu :

- a. Kepribadian; mengarah pada sifat psikologis yang unik dan secara konsisten mempengaruhi cara merespon individu pada lingkungannya. Kepribadian menentukan cara seorang dalam melakukan konsumsi yang membedakan satu individu dengan individu lainnya.
- b. Konsep diri; terbentuk akibat proses belajar dan pengalaman pada individu memberi peran dalam menentukan perilaku konsumsinya. Produk-produk yang dikonsumsi individu dapat menunjukkan konsep diri individu tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Jenis kelamin; membedakan barang yang dikonsumsi berdasarkan kebutuhan pria maupun wanita. Pada umumnya kebutuhan wanita lebih kompleks dari pada kebutuhan pria.
- d. Citra diri; merupakan evaluasi subjektif pada diri individu dalam menentukan konsumsinya. Pada umumnya individu melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan terhadap citra dirinya.

Engel, Blackwell dan Miniard (1992) menyebutkan, faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif pada intinya dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal :

1) Faktor Eksternal

a. Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Manusia dengan kemampuan akal, budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang (Kotler, 2000)

b. Kelas sosial

Pada dasar masyarakat Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan, yaitu : golongan atas, golongan menengah, dan golongan bawah (mangkunegara, 2005). Perilaku konsumtif antara kelompok sosial satu dengan yang lain akan berbeda dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsinya.

d. Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam menentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

e. Demografi

Demografi digunakan untuk menggambarkan populasi dalam istilah ukuran, stuktur, dan distribusi. Ukuran mengandung arti jumlah individu dalam suatu populasi, struktur menggambarkan populasi dalam bentuk usia dan jenis kelamin sedangkan distribusi populasi menggambarkan korelasi tempat tinggal individu ditinjau dari segi wilayah dan demografis. Ukuran, stuktur dan distribusi mempengaruhi perilaku konsumen akan jasa dan produk tertentu.

2) Faktor Internal

a. Motivasi

Motivasi adalah kekuatan atau dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah dan tujuan bagi perilaku seseorang. Motif adalah konstruk yang menggambarkan kekuatan didalam diri yang tidak dapat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diamatai yang merangsang respon tersebut. Motivasi akan mendorong seseorang melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia dipasar.

b. Harga Diri

Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli, semakin tinggi harga diri seseorang maka akan semakin tinggi tinggi pula keinginannya untuk menunjukkan status. Keinginan untuk menunjukkan status mendorong seseorang melakukan perilaku membeli yang diusahakan untuk mencapai konsep diri yang dimilikinya.

c. Pengamatan dan Proses Belajar

Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, ia akan mendasarkan keputusannya pada pengamatan yang dilakukan atas produk tersebut. Bila ada pengalaman masa lalu yang menyenangkan dengan suatu produk yang dibelinya, akan menentukan keputusan untuk membeli lagi barang tersebut dimasa yang akan datang. Sebaliknya, pengalaman yang kurang menyenangkan, akan memberi pelajaran bagi konsumen untuk tidak membeli produk yang sama dikala yang berbeda.

d. Kepribadian

Kepribadian didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat dalam diri individu yang sangat mempengaruhi perilakunya. Kepribadian sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Konsep diri

Konsep diri mempengaruhi konsumen dalam hal memilih dan menentukan merek yang konsisten dengan aktual konsep diri konsumen.

f. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana, gaya hidup juga diartikan sebagai cara seseorang dalam menjalaninya hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan atau ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan.

Berdasarkan kesimpulan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja akhir terdiri dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup, jenis kelamin dan citra diri. Faktor eksternal terdiri dari kebudayaan, kelompok sosial, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga. Variabel yang peneliti perkirakan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja terletak pada faktor internal, yaitu kepribadian, khususnya kepribadian narsistik.

B. Kepribadian Narsistik

1. Pengertian Kepribadian Narsistik

Narsistik adalah cinta diri yang ekstrim, paham yang menganggap diri sendiri sangat superior dan amat penting, ada *extremeself-importancy*, Jadi

menganggap diri sendiri paling pandai, paling cantik, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus, paling segalanya (Kartono,2000).

Individu yang memiliki kepribadian narsistik adalah individu yang sangat sulit sekali menerima kritik dari orang lain, sering ambisius, dan mencari ketenaran (Ardani, 2011). Sedangkan menurut Davidson, dkk (2012) orang-orang dengan gangguan narsistik memiliki pandangan berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan yang individu miliki.

American Psychiatric Association (2000) menjelaskan bahwa gangguan kepribadian narsistik (NPD) sebagai pola yang membesar-besarkan sesuatu (baik dalam fantasi atau perilaku), kebutuhan untuk dikagumi, dan lemah dalam empati, yang dimulai dari dewasa awal dan hadir dari berbagai konteks (Campbell dan Miller, 2011)

Seseorang dengan narsistik laki-laki maupun perempuan, masing-masing memiliki kebutuhan yang sama, seperti lapar akan pemujaan dan merasa hebat, dan kebutuhan tersebut cenderung didapatkan dengan cara berbeda.mereka juga mengekspresikan kebutuhan narsistik dengan cara berbeda, meski tujuannya adalah sama (Goodman dan Leff, 2012)

Kepribadian narsistik memiliki pandangan berlebihan mengenai keunikan dan kemampuan yang dimiliki individu, individu yang memiliki kepribadian narsistik menghendaki perhatian dan pemujaan yang berlebihan yang hampir tanpa henti dan yakin bahwa hanya dapat dimengerti oleh orang-orang yang istimewa atau memiliki status tinggi, hubungan interpersonal terhambat karena kurang empati, perasaan iri dalam organisasi, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memanfaatkan orang lain serta perasaan bahwa berhak mendapatkan segala sesuatu. Individu dengan kepribadian narsistik menghendaki orang lain melakukan sesuatu untuk dirinya tanpa perlu dibalas (Davidson dan Naela, 2006)

Durrand dan Barlow (2007) mendeskripsikan narsistik sebagai orang-orang yang menunjukkan bahwa dirinya orang penting secara berlebih-lebihan dan yang terokupasi dengan keinginan mendapatkan perhatian. Individu narsistik terokupasi dengan fantasi-fantasi mengenai pentingnya diri sendiri, terkait kekuatan dan kepandaian. Individu dengan kepribadian narsistik terus menerus menuntut perhatian dan penghormatan dan merasa berhak atas kebaikan hati yang ditunjukkan orang lain, tanpa harus membalas kebaikan orang lain (Wade dan Tavis, 2007). Orang dengan gangguan kepribadian narsistik memiliki rasa bangga atau keyakinan yang berlebihan terhadap diri mereka sendiri dan kebutuhan yang ekstrem akan pemujaan (Nevid, dkk. 2003).

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepribadian narsistik adalah mementingkan diri sendiri dan merasa bangga berlebihan, yang berhubungan dengan kecantikan, kesuksesan, kekuatan, dan kepandaian yang tak terbatas hingga merasa menarik perhatian dan lebih dari orang lain. Individu dengan kepribadian narsistik biasanya kurang sensitif dan memiliki empati rendah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kriteria Kepribadian Narsistik

Seperti yang dijelaskan sebelumnya narsistik tidak merupakan sebuah gangguan pada pola perilaku dan pengalaman internal yang bertahan lama, tidak pervasif, tidak menyimpang dari ekspektasi budaya yang bersangkutan dan tidak menyebabkan rendahnya dalam keberfungsian dan pekerjaan. kriteria kepribadian narsistik ini diambil dari DSM IV TR (2004) diantaranya:

- a. Pandangan yang dibesar-besarkan terhadap dirinya
- b. Arogansi
- c. Fokus pada fantasi keberhasilan
- d. Kebutuhan ekstrim untuk dipuji
- e. Merasa berhak mendapatkan segala sesuatu
- f. Mengeksploitasi orang lain.
- g. Perasaan iri terhadap orang lain.

C. Kerangka Berpikir

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena psikoekonomi yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal diperkotaan. Perilaku konsumtif ini terus mengakar didalam gaya hidup sekelompok remaja, Monks (1989) mengemukakan bahwa konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik, dalam pertemuan dan pesta. Remaja ingin selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga remaja kebanyakan membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Demi menarik perhatian orang lain, pembelian suatu barang dilakukan karena seoran ingin menarik perhatia orang lain dengan menggunakan barang yang sedang ppopuer saat ini. Seperti menggunakan busana muslimah yang sedang populer dan terkenal sehingga remaja putri lain akan tertarik dan beberapa lainnya akan menirunya. Remaja cendrun suka menjadi pusat perhatian orang lain, hal ini membuat remaja ketika membeli busana atau pakaian lebih berdasarkan keinginan semata tidak lan agar menjadi pusat perhatian orang lain.

Busana muslimah adalah pakaian yang tidak ketat dan menutup aurat. Dalam agama islam aurat adalah bagian yang harus ditutup oleh pakaian, bagian-bagian itu adalah seluruh tubuh terkecuali bagian muka dan bagian telapak tangan (Raleigh, 2004). Fashion busana terutama busana muslimah merupakan baang yang banyak dipamerkan terutama oleh remaja karena busana muslimah selain untuk menutupi aurat bisa menambah daya tarik. Karakter remaja yang suka mencoba hal-hal baru, dan kondisi psikis yang mudah dipengaruhi inilah yang membawa remaja putri yang dalam konteks ini adalah mahasiswi melakukan berbagai macam cara guna menunjang penampilan diri mereka, salah satunya dengan berperilaku konsumtif (mengkonsumsi dan menggunakan terus menerus secara berlebihan busana muslimah) agar terlihat lebih cantik dan menarik hingga mudah diterima dalam pergaulannya dengan teman-teman kelompok acuannya.

Sebagian remaja mengkonsumsi sesuatu bukan didasari pada kebutuhan tapi dilakukan semata-mata demi kesenangan sehingga menyebabkan seorang menjadi boros. Remaja akan berusaha melakukan berbagai cara untuk menjaga dan memperbaiki apa yang menurut mereka kurang menarik, remaja akan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

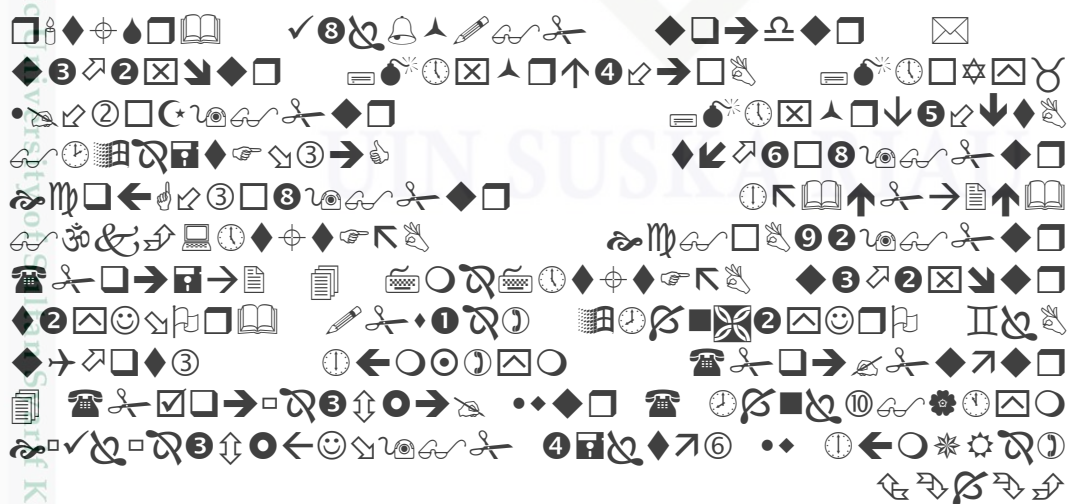
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berusaha untuk terus mengonsumsi barang-barang baru dengan membeli tanpa batas, sehingga menggiring remaja untuk tidak hemat dan menjauh dari pola hidup sederhana. Dorongan demikian tidak hanya datang dari diri sendiri tapi juga dari luar diri. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda. Hal ini dapat memicu seorang remaja untuk berperilaku konsumtif menjadi bahaya karena akan terus mengakar dalam gaya hidup remaja.

Perilaku konsumtif yaitu perilaku mengonsumsi secara berlebihan tanpa didasari pada kebutuhan, lebih mengedepankan pada orientasi keinginan dan hasrat sesaat (Salamon, 2007). Perkembangan fashion busana muslimah semakin marak diberbagai wilayah, memicu remaja untuk terus melakukan pembelian terhadap busana muslimah yang didesign secara unik, perihal konsumsi tersebut juga merupakan dimensi kehidupan manusia yang mendapat perhatian ajaran islam. Nilai-nilai keagamaan memberikan batasan kepada manusia agar senantiasa dalam kebaikan. Hal ini sebagai mana disampaikan dalam Al-quran surah Al-An’am ayat 141, yang berbunyi :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Dan dialah yang menjadikan kebun-kebun yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon kurma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warna) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya dihari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada pakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (Al-an’am: 141).

“Tafsir Q.S al-an’am ayat 141: (dan dialah yang menjadikan) yang telah menciptakan (kebun-kebun) yang mendarat dipermukaan tanah, seperti tanaman semangka (dan yang tidak terhampar) yang berdiri tegak diatas seperti pohon kurma (dan) dia menjadikan (pohon kurma dan tanaman-tanaman yang bermacam-macam buahnya) yakni yang berbeda buahnya dan bijinya baik bentuk maupun rasa (dan zaitun dan delima yang serupa) dedaunannya: menjadi hal (dan tidak sama) rasa keduanya (makanlah dari buahnya yang bermacam-macam itu bila berbuah) sebelum masak betul (dan tunaikanlah haknya dihari memetik hasilnya) dengan dibaca patah atau kasrah; yaitu sepersepuluh nya atau setengahnya (dan janganlah kamu berlebih-lebihan) dengan memberikannya semua tanpa bisa sedikitpun buat orang-orang tanggunganmu. (Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan) yaitu orang-orang yang melampui batas hal-hal yang telah ditentukan bagi mereka (Shihab).

Perilaku konsumtif adalah kecendrungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas. remaja lebih menngkatkan faktor emosinya dari pada tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhannya (Ancok, 2004). Remaja tidak hanya membeli barang-barang yang benar-benar dibutuhkan, akan tetapi membeli barang semata-mata untuk mencoba produk, walaupun sebenarnya tidak terlalu membutuhkan produk tersebut. Ketika seorang membeli sesuatu bukan atas dasar kebutuhan, melaikan karena keinginan, maka bisa dikatakan sebagai perilaku konsumtif.



Perilaku konsumtif yang melanda remaja akhir sangat memprihatinkan, karena pada umumnya rata-rata remaja belum memiliki pekerjaan dan pendapatan yang memadai untuk berperilaku konsumtif, uang yang mereka dapatkan hanya pemberian dari orang tua, walaupun ada, hanya sebagian dari remaja yang memiliki sumber pendapatan dari hasil jerih payahnya sendiri.

Kehidupan remaja yang pada dasarnya memupuk pengetahuan diperguruan tinggi semakin tidak jelas, uang saku remaja lebih dipentingkan untuk membeli berbagai macam busana muslimah *modren*, untuk mengikuti tren terkini dan nongkrong dikafe-kafe mewah dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan. Remaja yang berperilaku konsumtif mengalami perubahan pola hidup, dimana terdapat batas yang biasa anatar kebutuhan pokok dan kebutuhan tersier. Tambuna (2001) juga menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan unuk mencapai kepuasan maksimal.

Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan tetapi sudah ada faktor keinginan. Seperti halnya remaja, membeli suatu barang seperti membeli busana muslimah *modren*, bukan karna membutuhkan barang tersebut melainkan hanya untuk mengikuti mode dan tren saat ini guna mempercantik penampilannya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penampilan remaja zaman sekarang beraneka ragam dimulai dengan penggunaan pernak-pernik jilbab yang berlebihan, busana muslimah yang bermerek dan menggunakan high heels. Dalam hal ini terlihat bahwa remaja sangat memperhatikan penampilannya, guna meningkatkan citra diri (Khiorunnas, 2016). Seseorang yang sangat memperhatikan penampilannya merupakan suatu karakteristik dari kepribadian narsistik. Hal ini memengaruhi perilakunya dalam hal mengkonsumsi suatu barang.

Engel, dkk (1994) menyebutkan beberapa faktor salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian, kepribadian yang diperkirakan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian narsistik. Hal ini juga diperjelas dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ambarwati dan Safitri (2011) menyatakan bahwa yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian narsistik.

Narsistik adalah cinta diri dimana memperhatikan diri sendiri secara berlebihan, paham yang mengharapakan diri sendiri sangat superior dan amat penting, menganggap diri sendiri sebagai yang paling pandai, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus dan paling segalanya (Kartono,2000).

Narsistik adalah perhatian yang sangat berlebihan kepada diri sendiri, seperti halnya yang dilakukan oleh remaja. remaja sangat memperhatikan penampilan dan kecitraan dirinya. Remaja berpenampilan modis agar mereka terlihat menarik, tampil menawan dan menarik, yang semuanya itu berorientasi untuk menunjang penampilan. Menurut kartono (2000), narsistik adalah cinta diri



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang ekstrem; paham yang menganggap diri sendiri sangat superior dan amat penting pada ekstremself-importancy. Jadi menganggap diri sendiri paling pandai, paling cantik, paling hebat, paling berkuasa, paling bagus, paling segalanya.

Kecintaan terhadap diri sendiri adalah keharusan karena merupakan salah satu cara untuk lebih percaya diri, tetapi remaja mempunyai kecintaan akan dirinya yang berlebih sehingga membuat remaja mempunyai kecintaan akan diri sendiri sebagai objek cintanya dan mereka sangat memperhatikan penampilan dirinya agar selalu terlihat menarik. Remaja yang memiliki rasa bangga terhadap diri sendiri dapat dikatakan bahwa remaja itu memiliki kepribadian narsistik.

Kepribadian narsistik dalam hal ini merupakan perasaan bangga terhadap diri sendiri dan selalu merasa lebih dari individu lain. keadaan tersebut membuat individu yang berkepribadian narsistik selalu berusaha tampil lebih dari individu lain. Hal ini mempengaruhi perilakunya dalam hal mengkonsumsi suatu barang. Remaja yang dengan kepribadian narsistik akan melakukan pembelian secara terus menerus terhadap produk fashion busana muslimah agar tidak ketinggalan mode, untuk mempercantik penampilan dan menjadi *trendsetter* guna untuk mendapat pujian dan dikagumi banyak orang.

Hal ini sejalan dengan karakteristik yang diambil dari DSM- IV TR diantaranya: pandangan yang dibesar-besarkan terhadap dirinya, arogansi, fokus pada fantasi keberhasilan, kebutuhan ekterm untuk dipuji, merasa berhak mendapatkan segala sesuatu, mengeksploitasi orang lain, perasaan iri terhadap orang lain.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dapat disimpulkan bahwa seseorang yang berkepribadian narsistik akan mempengaruhi perilaku membelinya. Karena kecintaannya terhadap diri sendiri akan membuat seseorang membutuhkan berbagai atribut untuk mempercantik dan memperindah tubuh seperti produk fashion, mulai dari busana muslimah, jilbab, tas, jam tangan dan lain-lain, yang mengharuskan seseorang membeli produk-produk tersebut secara terus menerus yang mengakibatkan seseorang berperilaku konsumtif.

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu adanya hubungan antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif terhadap *fashion* busana muslimah pada remaja akhir. Semakin tinggi kepribadian narsistik remaja akhir, maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja akhir. Sebaliknya semakin rendah kepribadian narsistik, maka rendah pula perilaku konsumtif pada remaja akhir.