

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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang sudah menggunakan produk jenis dan merek yang lain, atau membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli barang atau produk karena banyak orang lain yang menggunakan produk tersebut. Intinya perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebetulan.

Cahyana (dalam Murbani, 2010) memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai tindakan yang dilakukan dalam mengonsumsi berbagai macam barang kebutuhan. Tambunan (dalam Murbani, 2010) mengatakan bahwa perilaku konsumtif menunjukkan pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

Lubis (dalam Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang sudah tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional lagi, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Dahlan (dalam Sumartono, 2002) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah yang berlebihan, menggunakan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan



dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh keinginan yang memenuhi hasrat semata.

Tjiptono (dalam Megasari,2007) mengemukakan barang bermerek terkenal adalah barang yang memiliki kualitas bagus dan memiliki desain menarik. Barang yang ada dirumah mode atau butik-butik terkenal nampaknya menarik perhatian konsumen terutama kaum perempuan. Bukan hanya modelnya saja melainkan kualitas bahannya tidak diragukan lagi. Itulah sebabnya barang bermerek terkenal biasanya dibuat berdasarkan mode dan *trend* yang sedang berkembang saat ini.

Berdasarkan dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa perilaku konsumtif produk pakaian bermerek terkenal adalah perilaku individu yang ditunjukkan dengan mengkonsumsi pakaian dengan kualitas bagus,serta memiliki desain menarik secara berlebihan dan tidak terencana sebelumnya.Sebenarnya pakaian tersebut kurang atau bahkan tidak dibutuhkan tetapi hanya mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan mendapatkan kepuasan ataupun kesenangan sehingga mengesampingkan kebutuhan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) munculnya perilaku konsumtif di sebabkan oleh :

a. Faktor internal

Faktor internal berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, dan konsep diri.



b. Faktor eksternal

Faktor eksternal berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga. Berbicara mengenai perilaku konsumtif, maka tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Menurut Assuari (dalam Murbani, 2010), tingkat keinginan seseorang menempati tingkat yang paling tinggi dalam pembelian.

Assuari (dalam Murbani, 2010) menambahkan bahwa perilaku konsumtif dapat terjadi karena:

1. Pembelian ingin tampak berbeda dari yang lain

Remaja melakukan pembelian atau pemakaian dengan maksud untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dengan yang lain.

2. Ikut-ikutan

Seseorang melakukan tindakan pembelian hanya untuk meniru orang lain atau kelompoknya dan mengikuti mode yang sedang beredar.

Assuari juga mengatakan bahwa ada kekuatan-kekuatan psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

a. Pengalaman belajar

Kunci untuk memahami perilaku pada konsumen terletak pada kemampuan menginterpretasikan dan meramalkan proses belajar konsumen.

b. Kepribadian

Kepribadian didefinisikan sebagai pola ciri-ciri seseorang yang menjadi faktor penentu dalam perilaku responnya.



c. Konsep diri atau citra diri

Konsep diri dipengaruhi oleh kebutuhan psikologis dan fisik yang dibawa sejak lahir dan dipelajari selama proses perkembangan diri. Biasanya orang memilih suatu produk dan merek yang sesuai dengan konsep dirinya.

Sarwono (dalam Murbani,2010) mengatakan bahwa perilaku konsumtif biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor emosional dari pada rasio, karena pertimbangan pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu barang dan jasa lebih menitik beratkan pada status sosial, mode dan kemudahan dari pada pertimbangan ekonomis. Ia menambahkan bahwa perilaku konsumtif berkaitan dengan proses belajar. Artinya dalam perkembangan individu akan belajar bahwa memperoleh suatu barang dan jasa atau melakukan perbuatan tentunya dapat memberikan kesenangan atau justru perasaan tidak enak.

3. Aspek – Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (dalam Fitrohusadi, 2015) adalah :

- a. Pembelian impulsif (*impulsive buying*), aspek ini menunjukkan bahwa seseorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan yang sesaat, dilakukan tanpa pertimbangan terlebih dahulu, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian biasanya bersifat emosional.



- b. Pemborosan (*Wasterful buying*), merupakan perilaku konsumtif yang menggunakan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan.
- c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*), merupakan suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatarbelakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika di memakai barang yang dapat membuatnya lain dari pada yang lain dan membuatnya merasa trendy.

B. Kepercayaan Diri

1. Pengertian Kepercayaan Diri

Menurut Wills (dalam Ghufron, 2012) Kepercayaan diri adalah keyakinan bahwa seseorang mampu menanggulangi suatu masalah dengan situasi terbaik dan dapat memberikan sesuatu yang menyenangkan bagi orang lain.

Hambly (dalam Murbani, 2010) mengatakan bahwa Kepercayaan diri merupakan keyakinan dalam diri seseorang untuk dapat menangani segala sesuatu dengan tenang. Kepercayaan diri merupakan keyakinan dalam diri yang berupa perasaan dan anggapan bahwa dirinya dalam keadaan baik sehingga memungkinkan individu tampil dan berperilaku dengan penuh keyakinan.

Menurut Lauster (dalam Ghufron, 2012) mendefinisikan kepercayaan diri diperoleh dari pengamatan hidup. Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang merupakan keyakinan akan kemampuan diri seseorang sehingga tidak terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendak, gembira,



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.

optimis, cukup toleran dan bertanggung jawab. Sedangkan menurut Rini (dalam Murbani, 2010) kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya. Hal ini bukan berarti bahwa individu tersebut mampu dan kompeten melakukan segala sesuatu seorang diri.

Anthony (dalam Ghufron, 2012) berpendapat bahwa kepercayaan diri merupakan sikap pada diri seseorang yang dapat menerima kenyataan, dapat mengembangkan kesadaran diri,berfikir positif,memiliki kemandirian dan mempunyai kemampuan untuk memiliki serta mencapai segala sesuatu yang diinginkan. Kepercayaan diri merupakan sikap mental seseorang dalam menilai diri maupun objek disekitarnya sehingga orang tersebut mempunyai keyakinan akan kemampuan dirinya untuk dapat melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuannya.

Kumara (dalam Ghufron, 2012) Menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan ciri kepribadian yang mengandung arti keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Hal ini senada dengan pendapat Aflatin dan Andayani (dalam Ghufron, 2012) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian yang berisi keyakinan tentang kekuatan,kemampuan,dan ketrampilan yang di milikinya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas,maka dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu pada diri subjek sebagai karakteristik pribadi yang didalamnya



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 milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

meliputi keyakinan akan kemampuan diri sendiri dengan adanya kepercayaan pada kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Kepercayaan diri menjadi kebutuhan diri yang paling penting untuk berinteraksi dengan orang lain dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya.

2: Aspek Aspek Kepercayaan Diri

Lauster (2012) berpendapat bahwa kepercayaan diri yang sangat berlebihan, bukanlah sifat yang positif. Menurut Lauster orang yang mempunyai kepercayaan diri yang positif adalah orang-orang yang mempunyai sifat berikut ini :

- a. Keyakinan kemampuan diri, keyakinan kemampuan diri adalah sikap positif seseorang tentang dirinya. Individu tersebut mampu sungguh-sungguh akan apa yang dilakukannya
- b. Optimis, optimis adalah sikap positif yang dimiliki seseorang yang berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri dan kemampuannya.
- c. Objektif, orang yang memandang permasalahan atau sesuatu sesuai dengan kebenaran yang semestinya, bukan menurut kebenaran pribadi atau menurut dirinya sendiri
- d. Bertanggung jawab, bertanggung jawab adalah kesediaan orang untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya.
- e. Rasional dan realistis, rasional dan realistis adalah analisis terhadap suatu masalah, suatu hal, dan suatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.



3. Faktor faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Kepercayaan Diri.

Kepercayaan diri menurut Ghufron (2012) dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat digolongkan menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

a. Faktor internal, meliputi:

1. Konsep diri

Menurut Anthony (dalam Ghufron, 2012) Terbentuknya kepercayaan diri pada seseorang diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dalam pergaulannya disuatu kelompok. Menurut Centi (dalam Murbani, 2010) konsep diri merupakan gagasan tentang dirinya sendiri. Seseorang yang mempunyai rasa rendah diri biasanya mempunyai konsep diri negatif, sebaliknya orang yang mempunyai rasa percaya diri akan memiliki konsep diri positif.

2. Harga diri

Orang yang mempunyai harga diri tinggi cenderung melihat dirinya sebagai individu yang berhasil percaya bahwa usahanya mudah menerima orang lain sebagaimana menerima dirinya sendiri. Akan tetapi, orang yang mempunyai harga diri rendah bersifat tergantung, kurang percaya diri dan biasanya terbentur pada kesulitan sosial serta pesimis dalam pergaulan.

3. Kondisi fisik

Perubahan kondisi fisik juga berpengaruh pada kepercayaan diri. Anthony (dalam Ghufron, 2012) mengatakan penampilan fisik merupakan penyebab utama rendahnya harga diri dan percaya diri seseorang. Lauster (dalam



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.

Ghufron, 2012) juga berpendapat bahwa ketidak mampuan fisik dapat menyebabkan rasa rendah diri yang kentara.

4. Pengalaman hidup.

Lauster (dalam Ghufron, 2012) mengatakan bahwa kepercayaan diri diperoleh dari pengalaman hidup. Pengalaman dapat menjadi faktor munculnya rasa percaya diri dan sebaliknya pengalaman juga menjadi faktor penurunnya rasa percaya diri seseorang. Anthony (dalam Ghufron, 2012) mengatakan bahwa pengalaman masa lalu adalah hal terpenting untuk mengembangkan kepribadian sehat.

b. Faktor eksternal meliputi :

1. Pendidikan

Tingkat Pendidikan mempengaruhi kepercayaan diri seseorang. Anthony (dalam Ghufron, 2012) lebih lanjut mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan yang rendah cenderung membuat individu merasa dibawah kekuasaan yang lebih pandai, sebaliknya individu yang pendidikannya lebih tinggi cenderung akan menjadi mandiri dan tidak perlu bergantung pada individu lain. Individu tersebut akan mampu memenuhi keperluan hidup dengan rasa percaya diri dan kekuatannya dengan memperhatikan situasi dari sudut kenyataan.

2. Pekerjaan

Rasa percaya diri dapat muncul dengan melakukan pekerjaan, selain materi yang diperoleh. Kepuasan dan rasa bangga di dapat karena mampu mengembangkan kemampuan diri.



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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

3. Lingkungan dan Pengalaman hidup.

Lingkungan disini merupakan lingkungan keluarga dan masyarakat. Dukungan yang baik yang diterima dari lingkungan keluarga seperti anggota keluarga yang saling berinteraksi dengan baik akan memberi rasa nyaman dan percaya diri yang tinggi. Sedangkan pembentukan kepercayaan diri juga bersumber dari pengalaman pribadi yang dialami seseorang dalam perjalanan hidupnya. Drajat (dalam Murbani, 2010) mengatakan Pemenuhan kebutuhan psikologis merupakan pengalaman yang dialami seseorang selama perjalanan yang buruk pada masa kanak-kanak akan menyebabkan individu kurang percaya diri.

C. Konformitas Teman Sebaya

1. Pengertian Konformitas Teman Sebaya

Konformitas menurut Baron dan Byrne (2005) adalah bertingkah laku dengan cara-cara yang dipandang wajar atau dapat diterima oleh kelompok atau masyarakat. Tekanan untuk melakukan konformitas sangat sulit untuk ditolak. Konformitas adalah fakta dasar dari kehidupan sosial, keinginan untuk disukai atau diterima oleh orang lain dan keinginan untuk menjadi benar dan untuk memiliki pemahaman yang tepat mengenai dunia sosial.

Menurut Taylor, dkk., (2009) mengatakan bahwa konformitas adalah secara sukarela melakukan tindakan karena orang lain juga melakukannya. Pengaruh sosial (kelompok) dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial disebut dengan konformitas (Taylor, dkk., 2009). Menurut Cialdini dan Goldstein mengatakan bahwa konformitas adalah tendensi



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.

untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain (Taylor, dkk., 2009).

Menurut Sears (1985), konformitas adalah bila seseorang menampilkan perilaku tertentu karena setiap orang lain menampilkan perilaku tersebut. Artinya seseorang akan mengikuti suatu budaya pada suatu kelompok tertentu, agar ia dapat diterima di dalam kelompok tersebut. Sedangkan menurut Sarwono (2003), konformitas adalah kesesuaian antara perilaku seseorang dengan perilaku orang lain atau perilaku seseorang dengan harapan orang lain tentang perilakunya. Sedangkan menurut Will (dalam Sarwono, 2003) konformitas adalah suatu perbuatan yang mengandung unsur “selaras dan gerak”, selaras adalah persetujuan atau kesamaan antara respon oleh individu dengan respon yang secara sosial dianggap benar, dan gerak adalah perubahan respon dalam kaitannya dengan standar sosial. Konformitas tidak hanya mengandung unsur keselarasan tetapi harus mengandung unsur gerak atau perubahan respon karena tanpa perubahan respon maka keselarasan tidak dapat dikatakan konformitas. Sementara menurut Yusuf (2012), mengatakan bahwa konformitas adalah kecenderungan untuk menyerah atau mengikuti opini, pendapat, nilai-nilai, kebiasaan, kegemaran (hobi) atau budaya teman sebaya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa konformitas teman sebaya adalah keinginan untuk menjadi sama,sesuai,seragam dengan nilai-nilai kebiasaan dan kegemaran (hobi) agar diterima dalam lingkungan teman sebayanya dengan cara mengikuti norma- norma yang yang diciptakan dalam kelompok tersebut yang merupakan lingkungan sosial yang pertama dan sebagai wadah



penyesuaian diri remaja yang jauh berbeda dengan apa yang ada didalam lingkungan keluarga.

2. Aspek-aspek Konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2005) mengatakan bahwa konformitas terdiri dari dua aspek penting yaitu :

a. Pengaruh *sosial normatif*

Pengaruh sosial normatif adalah pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain.

b. Pengaruh *sosial informasional*

Pengaruh sosial informasional adalah pengaruh sosial yang didasarkan atas adanya pengaruh menerima pendapat orang lain atau kelompok tentang dunia sosial. Salah satu alasan konformitas adalah perilaku orang lain sering memberikan informasi yang bermanfaat. Semakin besar kepercayaan individu terhadap kebenaran pendapat kelompok, semakin mungkin akan menyesuaikan diri dengan kelompok dan akan meningkatkan konformitas pada kelompok tersebut.

3. Faktor- faktor Konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2005) ada faktor-faktor tertentu yang menentukan individu melakukan konformitas teman sebaya yaitu :

a. Kohesivitas kelompok

Kohesivitas adalah sejauh mana individu tertarik pada kelompok, ketika kohesivitas tinggi maka akan semakin besar kemungkinan individu untuk



melakukan konformitas terhadap norma-norma dalam kelompok tersebut.

b. Besar Kelompok

Besar kelompok adalah ukuran suatu kelompok, semakin besar ukuran kelompok berarti semakin orang berperilaku dengan cara-cara tertentu sehingga semakin banyak yang mengikutinya.

c. Tipe Norma Sosial

Tipe norma sosial adalah manusia cenderung mengikuti aturan-aturan yang ada dalam lingkungannya dan kebanyakan manusia mengikuti aturan tersebut.

Menurut Sears (1985), pada dasarnya seseorang melakukan konformitas karena adanya keinginan untuk menyesuaikan diri, menyesuaikan diri karena dua alasan yaitu :

- a. Perilaku orang lain memberikan informasi yang bermamfaat,
 1. Kurangnya informasi. Orang lain merupakan sumber informasi yang penting. Seringkali mereka mengetahui sesuatu hal yang tidak kita ketahui, dengan melakukan apa yang mereka lakukan kita akan memperoleh mamfaat dari pengetahuan mereka.
 2. Kepercayaan terhadap kelompok. Dalam situasi konformitas, individu mempunyai pandangan dan kemudian menyadari bahwa kelompoknya menganut pandangan yang bertentangan.
 3. Kepercayaan yang lemah terhadap penilaian sendiri. Rasa percaya diri individu terhadap penilaian sendiri akan menurunkan tingkat konformitas karena kemudian kelompok bukan merupakan sumber informasi yang unggul lagi.

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.

b. Individu menyesuaikan diri karena ingin diterima secara sosial dan menghindari celaan, meliputi :

1. Rasa takut terhadap celaan sosial. Alasan utama konformitas adalah demi mendapat persetujuan atau menghindari celaan kelompok
2. Rasa takut terhadap penyimpangan. Rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang merupakan faktor dasar dalam situasi sosial. Karena tidak ingin dilihat sebagai orang yang lain dari yang lain, hal ini diperkuat oleh tanggapan kelompok terhadap perilaku yang menyimpang. Orang tidak mau mengikuti apa yang berlaku di dalam kelompok akan menanggung resiko mengalami akibat yang tidak menyenangkan.

4. Tipe – tipe Konformitas

Ada beberapa macam konformitas yaitu (Myers, 2012) :

a. Pemenuhan (*compliance*)

Konformitas termasuk dalam persetujuan dengan permintaan tersirat maupun tersurat sementara pribadi tidak setuju.

b. Kepatuhan (*obedience*)

Konformitas karena bertindak sesuai dengan perintah atau petunjuk langsung.

c. Penerimaan (*Acceptance*)

Konformitas yang melibatkan baik bertindak dan meyakini agar sesuai dengan tekanan sosial.



D. Kerangka Berfikir

Perkembangan zaman atau disebut zaman modren memberi pengaruh pada masyarakat Indonesia, salah satunya adalah sangat terlihat dari perubahan perilaku membeli pada masyarakat Indonesia. Perubahan kebudayaan masyarakat dalam membeli atau menggunakan barang yang cenderung mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian yang hanya memenuhi kepuasan semata secara berlebihan dan berbelanja diluar rasional yang hanya menjaga gengsi semata, hal ini disebut perilaku konsumtif. Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang sudah menggunakan produk jenis dan merek yang lain, atau membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli barang atau produk karena banyak orang lain yang menggunakan produk tersebut. Intinya perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebetulan. Perilaku konsumtif tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan yang bersifat menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan lainnya. Hidup dalam dunia konsumtif tidak memandang umur dan status sosial, mahasiswa merupakan salah satu objek yang terkena dampak pengaruh perilaku konsumtif.

Mahasiswa merupakan salah satu bagian masyarakat yang melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, dari segi biologis dan perkembangan mahasiswa masih termasuk dalam masa dewasa awal. Cara mahasiswa untuk menampilkan diri secara fisik sangat berbeda-beda mendorong melakukan berbagai upaya agar



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 Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sita Syarif Kasim Riau

tampilan fisiknya sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka (Sihotang, 2009). Menurut pendapat Sarwono, mahasiswa membeli produk pakaian bukan karena faktor kebutuhan melainkan hanya untuk berpenampilan agar lebih dihargai oleh teman-temannya. Perilaku seperti itu sangat lebih dipengaruhi oleh faktor emosi daripada rasio, karena pertimbangan-pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk lebih menitik beratkan pada status sosial dan mode atau *trend* daripada pertimbangan ekonomis. Pilihan emosional biasanya didasarkan atas rasa takut, kurang percaya diri, dan rasa ingin bersaing serta menjaga penampilan diri (dalam Pranoto, 2009). Mahasiswa juga ingin penampilan dirinya terlihat menarik, karena berpenampilan menarik bisa dilihat dari pakaian yang dipakai. Perilaku yang selalu mengikuti mode atau *trend* dan mengikuti tuntutan sosial maka akan dapat menimbulkan pola konsumsi yang cenderung berlebihan. Pola konsumsi yang berlebihan tersebut akan menyebabkan perilaku yang tidak terkontrol dan mengakibatkan menjadi konsumtif.

Lauster (1999) mengatakan bahwa kebutuhan yang paling penting adalah kebutuhan akan rasa percaya diri dan rasa superioritas. Kepercayaan diri akan menyebabkan individu menjadi optimis dalam hidup, setiap persoalan yang datang akan dihadapi dengan tenang dan mempunyai keyakinan untuk berhasil. Perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa ditandai dengan menggunakan produk pakaian yang memiliki merek yang bergensi dan mahal dimana merek terkenal tersebut juga digunakan untuk melihat serta sebagai tolak ukur menilai teman-temannya. Pakaian dengan merek



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.

terkenal selain sebagai penunjang rasa kepercayaan diri juga sebagai sarana yang sering digunakan untuk gaya berpenampilan.

Pernyataan diatas didukung dengan hasil penelitian Sherly (2016) dimana hasil penelitiannya menunjukkan adanya hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif, yang berarti bahwa semakin rendah kepercayaan diri maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Begitu juga dengan hasil penelitian dari Murbani (2010) yang menyatakan bahwa ada hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Artinya hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan diri akan mempengaruhi perilaku konsumtif. Semakin tinggi kepercayaan diri maka akan rendah perilaku konsumtifnya, begitu juga sebaliknya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rombe (2014) yang mendapatkan hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan diri mempunyai hubungan dengan perilaku konsumtif, dimana hubungan tersebut adalah semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Perilaku konsumtif ditandai dengan keinginan untuk tampak beda dengan yang lain karena pada dasarnya seseorang yang hidup dalam lingkungan sosial membeli barang dengan maksud untuk menunjukkan dirinya berbeda dengan yang lainnya membeli barang tanpa melihat dari segi manfaat kebutuhannya saat itu.

Selain kepercayaan diri perilaku konsumtif produk pakaian bermerek terkenal juga dipengaruhi oleh konformitas teman sebaya, karena teman sebaya sebagai kelompok acuan. Kelompok acuan memberikan standar dan nilai yang dapat menjadi pertimbangan bagaimana seseorang berfikir dan berperilaku. Sangat



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 Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Siliha Syaif Kasim Riau

sering sekali pendapat atau kesukaan individu dipengaruhi oleh teman sebayanya dalam memilih dan membeli pakaian. Ketika individu berperilaku yang sama dengan mengikuti perilaku teman sebayanya maka hal ini disebut dengan konformitas teman sebaya. Seperti yang dijelaskan oleh Yusuf (2011), konformitas adalah motif untuk menjadi sama, sesuai, seragam dengan nilai-nilai kebiasaan, kegemaran (hobi) atau budaya teman sebaya, kita akan berusaha untuk sama dengan anggota yang lain.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee & Park (2008) yaitu ada hubungan positif antara anggota dan konformitas dalam komunitas virtual, konsumen lebih tinggi konformitasnya ketika mereka merasakan anggota dalam komunitas virtual. Disini terlihat bahwa orang lain sangat penting seperti kelompok sebaya dan teman-teman sering memiliki pengaruh yang signifikan dan memberikan informasi dan mengarahkan dalam pembelian barang.

Kelompok teman sebaya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seseorang tentang perilakunya. Konformitas teman sebaya terjadi karena keinginan kuat untuk tampil menarik dan tidak berbeda dengan teman-temannya serta dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya dengan memiliki barang atau produk yang sama dengan kelompoknya. Seorang mahasiswa sangat sering mengikuti gaya hidup temannya, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Banyak para mahasiswa suka mengikuti *trend* memakai pakaian, model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompoknya dan membeli produk bermerek terkenal yang sama dengan anggota kelompoknya.



Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sufrihana Rombe (2014) pada siswa SMAN 5 Samarinda bahwa siswa membeli barang karena subjek tidak mau dianggap kurang *update* yang dapat menyebabkan subjek akan merasa gengsi diantara teman-teman pergaulannya, itu sebabnya subjek akan selalu berusaha mengikuti dan menggunakan barang-barang yang sedang *trandy*. Adanya perasan gengsi yang timbul dalam diri serta perasaan takut dianggap kurang *update* tersebut merupakan faktor konformitas. Hal itu terjadi karena keinginan kuat untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan temannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompok.

Penelitian Venkatestan (1966) bahwa pengaruh sosial ditunjukkan pada kondisi konformitas, bahwa pembeli menerima informasi yang diberikan oleh kelompok teman sebaya pada kualitas produk. Kelompok norma yang berlaku mengarahkan anggotanya dengan gaya baru dari produk. Selain itu dalam penelitian ini menemukan bahwa kelompok sebaya menjadi sumber utama untuk memberikan informasi dalam tahap mengarahkan perhatian pada pembelian.

Dengan demikian peran kelompok teman sebaya sangat besar semakin konformitas seseorang pada kelompoknya maka dia akan semakin cenderung untuk berperilaku konsumtif. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Priaz (2013), hasil penelitiannya menunjukkan terdapat hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif, dimana semakin tinggi tingkat konformitas maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryono (2015), hasilnya menunjukkan adanya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif, artinya semakin



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

tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya, sebaliknya semakin rendah konformitas maka akan semakin sedikit peluang untuk konsumtif.

Berdasarkan uraian diatas terlihat keterkaitan antara kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif produk pakaian bermerek terkenal. Perilaku konsumtif merupakan bentuk khusus dari perilaku membeli yang dilakukan untuk terbentuknya kepercayaan diri yang dilakukan oleh mahasiswa dalam rangka menunjang penampilan diri terkait kepercayaan diri. Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa adalah untuk terbentuknya kepercayaan diri serta sebagai menunjang penampilannya. Begitu juga dengan konformitas, munculnya perilaku konsumtif disebabkan karena adanya faktor konformitas. Seorang mahasiswa yang selalu melakukan konformitas kepada teman sebayanya selalu ingin sama dan selalu berusaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Kebutuhan ingin diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya menyebabkan seseorang konformitas. Perilaku konsumtif tidak terlepas dari pengaruh kelompok, akibat ingin diterima dan diakui oleh kelompok teman sebayanya seseorang rela membeli barang yang tidak berbeda dengan kelompoknya tanpa memikirkan kegunaannya.



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. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan singkat yang disimpulkan dari landasan teori dan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang harus diuji kebenarannya.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Ada hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal.
2. Ada hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal.
3. Ada hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal.