

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik**

##### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik**

Kata “konsumtif” mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (Wardhani, 2009). Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001).

Perilaku konsumtif menurut Ancok (dalam Pratiknyo, 2008) adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Sependapat dengan pengertian tersebut, menurut Suyasa dan Fransisca (dalam Wardhani, 2009) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Menurut Dahlan (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah 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 suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Produk kosmetik merupakan salah satu produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan konsumen, agar tampil lebih cantik dan menarik (Pratiknyo, 2008). Kosmetik berasal dari kata Yunani “*kosmetikos*” yang berarti keterampilan menghias, mengatur.

Menurut Wulansari (2008) kosmetik adalah bahan-bahan yang digunakan wanita yang berhubungan dengan kecantikan atau untuk mempercantik diri (wajah, kulit, rambut dan sebagai berikut). Poerwadarminta (2007) menambahkan kosmetik adalah alat-alat kecantikan seperti bedak, krem, dan *lotion* untuk memperindah wajah kulit, rambut, dan lainnya.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik adalah suatu perilaku membeli dimana seseorang mengkonsumsi barang berupa produk kosmetik secara berlebihan, yang tidak lagi didasarkan atas pertimbangan rasional serta lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan saja, sehingga menimbulkan pemborosan.

## **2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif**

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (dalam Wardhani, 2009) adalah:

a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tiba-tiba/keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (*wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Mencari kesenangan (*non rational buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.

### **3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler (2005) adalah sebagai berikut :

#### **1. Faktor Budaya**

Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor kebudayaan yaitu:

a. Budaya

Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai suatu budaya dan pengaruh kebudayaan pada perilaku membeli beragam dari satu negara ke negara lain.

b. Sub budaya

Sub budaya merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas dari perilaku anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu kelompok kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.

c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan para kelompoknya menganut nilai, minat dan perilaku yang serupa.

2. Faktor Sosial

Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor sosial yaitu:

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan adalah suatu kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok acuan membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya hidup baru, dan mempengaruhi perilaku serta konsep pribadi seseorang.

b. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kemudian Mangkunegara (2009) menambahkan keluarga sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang

perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.

c. Peran dan status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

### 3. Faktor Pribadi

Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor pribadi yaitu:

a. Usia dan tahap siklus hidup

Sepanjang hidup, orang akan mengubah barang dan jasa yang di belinya. Selera orang terhadap makanan, pakaian, perabotan, rekreasi sering terkait dengan umur.

b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Setiap orang yang memiliki pekerjaan akan mempengaruhi barang dan jasa yang akan dibelinya, begitu pula dengan keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi satu pilihan produk terhadap barang dan jasa.

c. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

d. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia yang terbedakan yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan adaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen sehingga mempengaruhi konsep diri seseorang. Menurut Mangkunegara (2009) konsep diri sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan.

4. Faktor Psikologi

Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor kebudayaan yaitu:

a. Motivasi

Motivasi adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan.

b. Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan seseorang individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

c. Pembelajaran

Pembelajaran menggambarkan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d. Keyakinan dan sikap

Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan itu membentuk citra produk dan merek, dan orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

## **B. Konformitas**

### **1. Pengertian Konformitas**

Sarwono (2005) konformitas adalah suatu perilaku sama dengan orang lain yang didorong oleh keinginan sendiri. Chaplin (2006) memberikan defenisi konformitas sebagai: (a) kecenderungan untuk memperbolehkan satu tingkah laku seseorang dikuasai oleh sikap dan pendapat yang sudah berlaku, (b) ciri pembawaan kepribadian yang cenderung membiarkan sikap dan pendapat orang lain untuk menguasai dirinya. Baron dan Byrne (2005) konformitas adalah penyesuaian perilaku untuk menganut norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan kelompok yang mengatur cara berperilaku.

Davidoff (1991) konformitas didefinisikan sebagai perubahan perilaku atau sikap sebagai akibat dari adanya tekanan (nyata atau tidak nyata). Sedangkan menurut Kartono (2000) konformitas diartikan sebagai *adjustment* (penyesuaian diri), konformitas disini diartikan cocok, pas, sesuai dengan norma-norma hati nurani sendiri dan norma-norma sosial dalam kehidupan masyarakat.

Konformitas oleh Deaux dkk (dalam Pratiknyo, 2008) berarti tunduk pada tekanan kelompok meskipun tidak ada permintaan langsung untuk mengikuti apa yang telah diperbuat oleh kelompoknya, dan banyak mempengaruhi aspek dalam kehidupan mahasiswa seperti pilihan terhadap aktivitas sekolah atau sosial yang diikuti, penampilan, bahasa yang digunakan, sikap dan nilai-nilai yang dianut. Konformitas yang terjadi pada mahasiswa umumnya karena mereka tidak ingin dipandang berbeda dari teman-temannya.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan kelompok acuan ada tidaknya tekanan secara langsung maupun tidak langsung sehingga menimbulkan kecenderungan untuk selalu menyamakan perilakunya dengan kelompok acuan agar terhindar dari celaan maupun keterasingan.

## **2. Aspek-Aspek Konformitas**

Baron dan Byrne (2005) menyatakan bahwa seseorang konform terhadap kelompoknya jika perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat. Dasar-dasar yang menyebabkannya adalah:



a. Pengaruh sosial normatif

Pengaruh sosial didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain dan agar terhindar dari penolakan.

b. Pengaruh sosial informasional

Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk menjadi benar.

Menurut Sears, Freedman, dan Peplau (1991) bahwa pada dasarnya, orang menyesuaikan diri karena dua alasan, yaitu:

a. Perilaku orang lain memberikan informasi yang bermanfaat

Sering kali orang lain mengetahui sesuatu yang tidak kita ketahui. Dengan melakukan apa yang orang lain tersebut lakukan kita akan memperoleh manfaat dari pengetahuan mereka.

b. Keinginan untuk diterima secara sosial dan menghindari celaan

Individu akan bertingkah laku yang biasa orang lain lakukan. Hal ini untuk menghindari perasaan bahwa dirinya berbeda dengan orang lain sehingga akan terhindar dari celaan serta dapat diterima dalam lingkungan sosial.

### **3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konformitas**

Menurut Baron dan Bryne (2005) konformitas dipengaruhi oleh :

a. Kohesivitas

Kohesivitas didefinisikan sebagai derajat ketertarikan individu terhadap kelompok. Semakin besar kohesivitas, maka akan semakin tinggi keinginan individu untuk konform terhadap kelompok.

b. Ukuran kelompok

Jumlah anggota kelompok yang semakin besar akan mempengaruhi tinggi rendahnya konformitas dalam kelompok tersebut.

c. Jenis norma sosial yang berlaku pada situasi tertentu

Norma sosial yang berlaku dapat berupa norma deskriptif atau norma injungtif. Norma deskriptif yaitu norma yang hanya mengindikasikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu. Norma injungtif yaitu norma yang menetapkan tingkah laku apa yang diterima atau tidak diterima pada situasi tertentu.

## **C. Kontrol Diri**

### **1. Pengertian Kontrol Diri**

Chaplin (2006) menjelaskan kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dalam artian kemampuan seseorang untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Kontrol diri ini menyangkut seberapa kuat seseorang memegang nilai dan kepercayaannya untuk dijadikan acuan ketika ia bertindak atau mengambil suatu keputusan.

Kontrol diri menurut Borba (2009) merupakan kemampuan tubuh dan pikiran untuk melakukan apa yang mestinya dilakukan. Dalam hal ini kontrol diri membuat

individu mampu mengambil pilihan yang tepat ketika menghadapi godaan, walaupun pada saat itu muncul pikiran dan ide buruk dikepalanya. Gufron dan Risnawati (2012) menambahkan kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya.

Calhoun dan Acocella (Ghufron dan Risnawati, 2012) mendefinisikan kontrol diri sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis dan perilaku orang lain, dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Calhoun dan Acocella mengemukakan dua alasan yang mengharuskan individu mengontrol diri secara kontinu. Pertama, individu hidup bersama kelompok sehingga dalam memuaskan keinginannya individu harus mengontrol perilakunya agar tidak mengganggu kenyamanan orang lain. Kedua, masyarakat mendorong individu untuk secara konstan menyusun standar yang lebih baik bagi dirinya. Ketika berusaha memenuhi tuntutan, dibuatkan pengontrolan diri agar dalam proses pencapaian standar tersebut individu tidak melakukan hal-hal yang menyimpang.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka kontrol diri dapat diartikan suatu kecakapan individu untuk mengendalikan atau mengontrol emosi terhadap dorongan-dorongan dalam dirinya sebagai proses pencapaian standar perilaku untuk membentuk dirinya sendiri ke arah positif.

## **2. Aspek-Aspek Kontrol Diri**

Aspek kontrol diri menurut Averill (dalam Ghufron dan Risnawati, 2012) yaitu:

a. Kontrol perilaku

Kontrol perilaku merupakan kesiapan terjadinya suatu respons yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Terdapat dua komponen kontrol perilaku, yaitu:

1. Kemampuan untuk mengatur pelaksanaan, yakni kemampuan individu dalam membuat perencanaan, membuat pertimbangan dan membuat peraturan dirinya sendiri .
2. Kemampuan untuk memodifikasi stimulus, yakni kemampuan individu untuk membuat pilihan, menanggung resiko dan memikirkan sebab akibat dari perbuatannya.

b. Kontrol kognitif

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Terdapat dua komponen, yaitu:

1. Kemampuan untuk mengelolah informasi, yakni kemampuan individu dalam mencari media, mengolah sumber informasi untuk dirinya.
2. Kemampuan untuk melakukan penilaian, yaitu menilai suatu peristiwa, menarik pengalaman dari peristiwa

c. Kontrol keputusan

Kontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.

Dari penjelasan di atas, maka untuk mengukur kontrol diri digunakan indikator sebagai berikut:

1. Kemampuan untuk mengatur pelaksana
2. Kemampuan untuk memodifikasi stimulus
3. Kemampuan untuk mengelolah informasi
4. Kemampuan untuk mengambil tindakan yang diyakini atau disetujui

### **3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri**

Secara garis besarnya faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri ini terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal (Ghufron dan Risnawati, 2012).

#### **1. Faktor internal**

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu.

#### **2. Faktor eksternal**

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang.

### **D. Mahasiswi**

Mahasiswi sebenarnya adalah salah satu golongan dari remaja akhir dengan rentang usia 18-21 tahun yang memperoleh kesempatan untuk lebih menyelami

lapangan hidupnya melalui perguruan tinggi (Pratiknyo, 2008). Menurut Desmita (2007) bahwa rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu usia 12-15 tahun termasuk masa remaja awal, usia 15-18 tahun termasuk masa remaja pertengahan dan usia 18-21 tahun termasuk masa remaja akhir. Ditambahkan Mappiare (dalam Ali dan Asrori, 2011), masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswi adalah pelajar perguruan tinggi. Menurut Knopfemacher mahasiswi merupakan insan-insan calon sarjana yang dalam keterlibannya dengan perguruan tinggi (yang makin menyatu dengan masyarakat), dididik dan diharapkan menjadi calon-calon intelektual (Depdiknas, diakses tanggal 18 Juni 2014).

Jadi, mahasiswi adalah remaja akhir sebagai insan calon sarjana yang mengikuti pembelajaran di perguruan tinggi yang dididik dan diharapkan memainkan fungsi intelektualnya untuk pembangunan dan kemajuan masyarakat dan bangsa.

### **E. Kerangka Berpikir**

Kerangka pemikiran ini menjelaskan hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi UIN SUSKA Riau. Teori utama yang digunakan untuk perilaku konsumtif adalah teori Lina dan Rosyid (dalam Wardhani, 2009), teori yang digunakan untuk konformitas adalah teori

Baron dan Bryne (2005) dan teori yang digunakan untuk kontrol diri adalah teori Averill (dalam Ghufron dan Risnawati, 2012).

Perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi jurusan akuntansi program studi S1UIN SUSKA Riau ditandai dengan keinginan untuk tampak berbeda dengan yang lain dan untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih cantik dan menarik secara fisik. Salah satu gambaran diri ideal yang dijadikan patokan adalah keadaan fisiknya. Mahasiswi akan merasa dirinya menarik apabila penampilannya sudah sesuai dengan apa yang diharapkannya.

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor, antara lain faktor eksternal dan faktor internal. Salah satu faktor eksternal dalam penelitian ini adalah konformitas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Artledia (2009) bahwa salah satu faktor psikologis yang berperan dalam pembentukan perilaku membeli adalah tingkat konformitas. Semakin konform mahasiswi terhadap kelompoknya, maka semakin mudah terpengaruh berperilaku konsumtif.

Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2009) bahwa keinginan untuk disukai orang lain atau takut terhadap penolakan, menyebabkan mahasiswi cenderung mengkonsumsi apa yang dikonsumsi oleh kelompoknya yaitu dengan cara menggunakan produk kosmetik, karena bagi mahasiswi penampilan merupakan hal utama dalam pergaulan untuk bisa diterima dan menjadi bagian dari kelompok.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Pratiknyo (2008) mengemukakan bahwa keinginan untuk tampil cantik dan menarik yang diduga mendorong

mahasiswi untuk mengkonsumsi produk kecantikan. Dengan menggunakan kosmetik mahasiswi akan mempunyai perasaan bahwa mereka lebih cantik dan menarik, sehingga mahasiswi akan merasa semakin dipandang atau berperan dalam lingkungannya, karena penampilan menampakkan status sosial dan harga diri mereka.

Utami dan Sumaryono (2008) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat ditekan dan bahkan dihindari apabila mahasiswi memiliki sistem pengendalian internal pada dirinya yang disebut dengan kontrol diri. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu membatasi setiap tindakan yang akan dilakukannya dan memiliki kepercayaan diri untuk tampil apa adanya. Sehingga mereka bisa berpikir terlebih dahulu atau mengevaluasi mana yang benar-benar menjadi kebutuhan, mana yang hanya sekedar untuk penampilan dan mana yang merupakan pengaruh dari teman-teman dengan dasar untuk kekompakan dan kesepakatan kelompok yang membuat mahasiswi terpaksa mentaati norma yang ada dalam kelompok.

Semakin mahasiswi mempunyai keyakinan dan pandangan yang positif mengenai dirinya maka pengaruh dari teman-teman tidak menimbulkan dampak yang kuat pada perilakunya, begitu pula sebaliknya semakin negatif mahasiswi mempersepsikan dirinya maka keyakinan akan dirinya dari segi penampilan secara fisik akan semakin mudah terpengaruh oleh pengaruh sosialnya.

Kerangka pemikiran pada penelitian ini menunjukkan bahwa konformitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, namun perilaku konsumtif dapat ditekan bahkan dihindari apabila mahasiswi memiliki kontrol diri



yang tinggi karena mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengendalikan perilakunya, sehingga tidak mudah terpengaruh atau terjerumus yang menuju pada perilaku konsumtif.

### **F. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi jurusan akuntansi program studi S1UIN SUSKA Riau.
2. Ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi jurusan akuntansi program studi S1 UIN SUSKA Riau. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada mahasiswi.
3. Ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi jurusan akuntansi program studi S1UIN SUSKA Riau. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada mahasiswi dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswi.