

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mode merupakan suatu keberagaman seperti cara dan bentuk yang paling baru pada saat tertentu, baik itu *smartphone*, pakaian, gaya rambut, jam, sepatu, tas, *make-up* dan lain sebagainya (www.kbbi.web.id). Pada masa yang modern ini, tak heran apabila perempuan akan berusaha terlihat bersaing dalam menampilkan *fashion* yang lebih kekinian dan modis. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwasanya ketika seorang individu atau organisasi tidak mengikuti perkembangan *trend fashion* bisa dikatakan mereka akan ketinggalan jaman. Oleh sebab itu, tak heran jika perempuan seolah-olah ingin selalu tampil modis dan berlomba –lomba untuk menjadi *trend center* bagi konformitasnya. Tindakan pembelian yang demikian merupakan hal yang wajar. Tetapi aktivitas pembelian yang berlebihan dan cenderung berulang-ulang akan menjadikan hal tersebut tidak wajar, karena dapat mengakibatkan kecandauan atau ketagihan.

Berdasarkan penemuan yang lain menyatakan bahwa *Singapore Great Sale* juga memiliki pengunjung yang paling banyak dari negara Indonesia (Masnia, 2014). Di Indonesia dalam beberapa dekade mengalami perkembangan dan peningkatan yang sangat pesat dalam dunia *fashion* terutama pada mode pakaian, sehingga tak heran jika para pebisnis menjadikan hal tersebut sebagai potensi untuk ladang berbisnis.

Perilaku pembelian kompulsif ini cenderung berfokus pada keinginan dalam jiwa yang tidak dapat dikendalikan sehingga mendorong individu tersebut untuk melakukan perihal apa saja yang dapat memenuhi hasratnya (Lejoyeux & Weinstein, 2010). Fenomena perilaku pembelian kompulsif tersebut rata – rata dilakukan oleh para remaja ataupun. Menurut Christina dan Whidya Utami (2010 : 53) perilaku pembelian kompulsif yaitu perilaku individu dalam berbelanja secara berlebihan dan tidak dapat mengontrol diri sendiri tanpa me mikirkan konsekuensinya yang berakibat perasaan negatif.

Perilaku pembelian kompulsif ini terjadi karena adanya perasaan negatif yang timbul dalam hati, dengan begitu individu tersebut merespon keinginan dengan melakukan pembelian secara terus- menerus dengan tujuan mencari kesenangan diri. Perilaku pembelian kompusif terjadi karena sikap pembelian yang dilakukian terus menerus akibat respon kejadian yang negatif seperti merasa gelisah atau merasa kurang jika setiap hari tidak belanja dan membeli barang yang disukai.

Fenomena perilaku pembelian kompulsif tak hanya berlaku di kawasan kota saja bahkan pada saat ini semua kalangan berbagai daerah juga mengalaminya. Pada kenyataannya perilaku tersebut sebenarnya belum cukup mampu untuk bisa memenuhi secara finansial. Berbagai industri yang memproduksi suatu barang maupun jasa sering menjadikan para remaja sebagai sasaran target pemasarannya, alasannya yaitu dikarenakan sifat materialistis dan karakter yang masih belum stabil dan cenderung berlebihan Asseal (2010).

Perilaku pembelian kompulsif merupakan sebuah fenomena yang dialami oleh kaum masyarakat terutama pada remaja tanpa membedakan usia dan jenis kelamin. Terutama pada masyarakat kota yang mayoritas mempunyai gaya hidup kekinian dan mobilitas yang relatif tinggi. Bushra & Billal (2014) menjelaskan bahwa di era digital remaja akan cenderung termotivasi untuk mengadopsi budaya yang berdasarkan keinginan hatinya, mengejar , memakai dan memperlihatkan barang ataupun jasanya yang dianggap baik dan berharga daripada kegunaannya, kebudayaan yang seperti ini akan mendorong kemudahan untuk membeli sesuatu yang berlebihan dan menilai segala sesuatu hanya dengan materi .

Orientasi fashion adalah perubahan gaya yang disebabkan oleh komunitas konsumen yang beraneka ragam variasi. Menurut Levy dan Weitz (Konstantinova, 2010 : 26) *orientasi fashion* merupakan sebuah adopsi dari perubahan tingkah laku seseorang yang disebabkan oleh waktu dan kemajuan, sehingga dapat mengakibatkan konsumen secara sosialitas melakukan *upgrade* penampilan pada waktu tertentu. Berdasarkan penjelasan menurut para ahli diatas, fenomena yang terjadi pada saat ini adalah seseorang akan terus mengalami perubahan dan berusaha dalam menampilkan *fashion* terbaik sesuai dengan mencerminkan karakteristik masing- masing pribadi.

Sifat kompulsif mempunyai keterkaitan dengan lingkungan dan kelompok sosial dimana konsumen berada. Faktor eksternal juga dapat mempengaruhi perilaku kompulsif pada konsumen khususnya para remaja salah satunya yaitu konformitas. Penyebab para remaja melakukan pembelian kompulsif adalah konformitas terhadap kelompok. Apabila ada barang yang dipakai oleh anggota

kelompok yang populer, sebagian remaja akan beranggapan bahwa ketika mereka memakainya baginya akan ada peluang dan kesempatan yang lebih besar untuk bisa diterima di lingkup kelompok tersebut

Penyebab berubahnya tingkah laku individu sebab adanya keinginan dari seseorang untuk memenuhi ekspektasi kelompok agar dirinya bisa diterima oleh kelompoknya. Pengaruh konformitas informatif ini berdasarkan oleh rasa ingin yang timbul dari diri individu untuk merasa benar, dimana individu tersebut akan menggantungkan sumber informasi dari kelompok tersebut.

Proses konsumsi konformitas normatif dan inormatif tersebut memiliki peranan yang sangat penting dalam diri seseorang. Normatif berperan untuk mempengaruhi individu saat proses konsumsi dalam mengikuti aturan yang ada pada kelompok, sedangkan inormatif mempunyai peran sebagai acuan atau tolak ukur dalam merekomendasikan barang yang akan dikonsumsi, dan akan terjadi jika individu mengikuti pendapat dari lingkup kelompok dalam hal tersebut.

Perilaku kompulsif merupakan suatu tingkah dan aktivitas seseorang dalam melakukan pembelian secara terus menerus dan berulang kali, akibat kejadian yang kurang menyenangkan ataupun negatif. Apabila seorang individu melakukan tindakan pembelian kompulsif, maka suatu saat ketika menghadapi peristiwa yang tidak menyenangkan. Pelaku akan cenderung melakukan kegiatan yang dapat menyenangkan dan mengurangi perasaan yang tidak menyenangkan hati dengan cara berbelanja secara berlebihan. Oleh sebab itu, konsumen harus memiliki sikap yang dapat mengontrol aktivitas dan tindakan tersebut dengan mengalihkan perhatiannya dengan hal yang lebih positif.

Santosa (2012 : 8) menjelaskan bahwa kontrol diri merupakan suatu kemampuan dalam mengontrol diri yang memiliki peran sebagai variabel yang memperkuat maupun memperlemah baik dari sisi positif maupun negatifnya pada suatu kehidupan. Sehingga pada dasarnya kontrol diri dapat dinyatakan sebagai peran untuk mengukur tindakan yang dilakukan yang berkaitan dengan pengaruh internal maupun eksternal. Seorang individu atau organisasi akan lebih mudah tergiur dengan suatu produk apabila tingkat kontrol dirinya melemah (www.kompasiana.com). Kemampuan dalam mengendalikan diri untuk menahan aktivitas belanja berlebih dan hanya mengikuti keinginan serta emosi akan menyebabkan seseorang tersebut melakukan aktivitas pembelian secara kompulsif (Gottfredson dan hirchi, 2013). Dapat dinyatakan bahwa dengan variabel kontrol diri ini akan menekan resiko pada tindakan yang dilakukan pada aktivitas individu. Pada penelitian ini kontrol diri memiliki peran sebagai variabel yang memoderasi, sehingga baik individu maupun kelompok dapat mengendalikan dirinya dengan variabel tersebut sebagai penentu nasib kedepannya.

Mahasiswi merupakan salah satu peluang besar dalam meningkatkan potensi pemasaran *trend fashion* pada saat ini. Sehingga tak sedikit dari produsen yang melakukan *upgrade fashion* agar konsumen selalu tertarik dengan produknya. Juthani (2011) menyatakan bahwa kaum remaja khususnya mahasiswi akan cenderung lebih suka dengan hal- hal yang unik serta kekinian. Faktor pendorong terbesar seseorang akan melakukan sebuah perilaku pembelian kompulsif adalah kaum perempuan khususnya di kalangan mahasiwi. Peningkatan perkembangan mode, pergaulan dengan teman sebaya, serta kurangnya

pengendalian diri merupakan faktor pendorong seorang mahasiswi dalam melakukan pembelian secara kompulsif.

Remaja dikalangan mahasiswi belum dapat merasakan kesenangan ketika mereka tidak melakukan aktivitas produksi terlebih khususnya untuk konsumsi. Seiring dengan berubahnya pemikiran dan gaya hidup baik dilihat dari perspektif finansial ataupun psikologis. Hal inilah yang menjadikan mahasiswi memunculkan permasalahan yaitu ketika mereka mengeluarkan tak sedikit uangnya untuk memenuhi keinginannya. Menurut Bindah & Othman (2012) secara realitanya saat mahasiswi memutuskan untuk mengeluarkan uangnya untuk mendapatkan apa yang diinginkan, maka konsumen tersebut akan merasakan sebuah kelainan obsesif .

Pada penelitian ini mahasiswi program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo merupakan objek yang sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi pada saat ini. Mahasiswi merupakan konsumen yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi akan pentingnya berpenampilan yang baik dan menarik. Mahasiswi adalah kategori usia remaja yang mudah terpengaruh dengan Oleh karena itu tak sedikit mahasiswi yang peka terhadap *trend fashion* terbaru yang menyebabkan mereka mulai beradaptasi terhadap *orientasi fashion* yang digunakan oleh konformitasnya tanpa menghiraukan kontrol dirinya sehingga cenderung melakukan pembelian secara berlebihan sesuai dengan keinginan dengan berbagai alasan yang diungkapkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan menganalisis serta mengetahui apa saja faktor – faktor yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian

kompulsif pada mahasiswi program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Sehingga peneliti memutuskan untuk mengambil judul “Pengaruh *Orientasi Fashion*, Konformitas Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif, Dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Moderasi “

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Orientasi Fashion* berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo?
2. Apakah Konformitas berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada mahasiswi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo ?
3. Apakah Kontrol Diri sebagai Variabel Moderasi berpengaruh pada *Orientasi Fashion* terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada mahasiswi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo?
4. Apakah Kontrol Diri sebagai Variabel Moderasi berpengaruh pada Konformitas terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Orientasi Fashion* terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada mahasiswi manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Untuk mengetahui pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada mahasiswi manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Untuk mengetahui Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderasi pada Orientasi Fashion terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada mahasiswi manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Untuk mengetahui pengaruh Kontrol diri Sebagai Variabel Moderasi pada Konformitas terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada mahasiswi manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

B. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang dan perumusan masalah, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswi

Dari hasil penelitian mahasiswi diharapkan dapat mencerminkan sikap yang mampu mengontrol diri dan efisien dalam berbelanja. Dan penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan refrensi.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan terkait dengan pengaruh *Orientasi fashion*, Konformitas terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Moderasi.

