

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Secara sudut pandang biologis perilaku adalah aktivitas yang dapat dilihat melalui panca indra manusia, aktivitas yang dapat diobservasi. Menurut Achiruddin (2018) perilaku manusia secara umum muncul dengan melihat sistematika berikut ini :

$$\text{NIAT} + \text{PENGETAHUAN} + \text{SIKAP} = \text{PERILAKU}$$

Niat dipahami dengan keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu yang hendak dilakukan. Niat merupakan penggerak utama dalam terbentuknya perilaku. Pengetahuan dipahami dengan segala sesuatu yang dipahami. Prosesnya dilakukan dengan mencari tahu dan melalui pengalaman. Sikap dipahami dengan pernyataan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu. Pendirian atau keyakinan yang muncul karena adanya pengetahuan akan hal tersebut. Inilah yang akan termanifestasi dalam bentuk perilaku.

Perilaku atau aktivitas yang ada pada organisme atau seseorang itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari adanya stimulus atau rangsang yang mengenai seseorang tersebut. Perilaku atau aktivitas itu merupakan jawaban atau respon terhadap stimulus yang mengenainya.

Keadaan ini dapat diformulasikan sebagai $R = F(S,O)$, dengan pengertian bahwa R adalah respon; F = Fungsi; S = stimulus, dan O = organisme. Formulasi ini berarti respons merupakan fungsi bergantung pada stimulus dan organisme (Woodworth, R & Scholberg, 1971). Dengan begitu, perilaku manusia pada dasarnya adalah proses interaksi dan aktivitas seseorang dengan lingkungannya yang timbul karena adanya stimulus dan respon serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumtif yaitu pola konsumsi yang bersifat foya-foya, pemborosan cenderung hanya memakai dan tidak menghasilkan sendiri serta bergantung pada hasil produksi pihak tertentu. Perilaku konsumtif muncul ketika ketidakmampuan seseorang menahan diri untuk tidak mengonsumsi produk yang pada dasarnya tidak diperlukan secara berlebihan untuk mendapatkan kepuasan maksimal.

Anggasari (dalam Sumartono, 2002) menyatakan perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang yang tidak memperhitungkan kegunaannya sehingga menjadi berlebihan. Konsumen membelanjakan produk karena hanya ingin mencari kesenangan dari produk yang diinginkan. Sifat impulsif dari perilaku konsumtif ini yaitu pembelian secara tiba-tiba dan sulit sekali untuk ditahan. Pada pembelian impulsif, konsumen memiliki perasaan yang kuat dan positif terhadap suatu produk, hingga akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli, tanpa konsumen memikirkannya terlebih dahulu dan memperhitungkan konsekuensi yang diperolehnya (Hawkins et al., 2007).

Perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang yang secara langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan produk atau jasa dengan mendahulukan proses pengambilan keputusan. Predikat konsumtif biasanya melekat pada diri seseorang apabila seseorang tersebut membeli produk atau jasa diluar kebutuhan rasional (Mangkunegara, 2009).

Lubis (dalam Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku mengkonsumsi dan menggunakan produk yang tidak diperlukan secara berlebihan dan tanpa batas karena hanya ingin mencari kesenangan dari produk yang didapat tanpa memperhitungkan kegunaanya sehingga cenderung bersifat impulsif tanpa memperhitungkan kebutuhan rasional.

2. Aspek – aspek Perilaku Konsumtif

Aspek –aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (dalam Imawati, Susilaningsih, & Ivada, 2013) sebagai berikut :

a. *Impulsive buying* (pembelian impulsive)

Perilaku membeli produk yang lebih didasari pada keinginan yang kuat dan hasrat secara tiba – tiba, dilakukan tanpa ada pertimbangan lebih dahulu sehingga tidak memikirkan apa yang akan terjadi kedepan dan biasanya pembelian bersifat emosional.

b. *Non rational buying* (pembelian tidak rasional)

Suatu perilaku dimana seseorang membeli sesuatu produk yang dilakukan semata-mata hanya untuk mencari kesenangan. Perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan kecenderungan mengkonsumsi produk dengan tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan, mereka hanya ingin memuaskan keinginan.

c. *Wasteful buying* (pembelian berlebihan/pemborosan)

Perilaku konsumsi yang tidak didasari oleh penalaran dan pertimbangan yang matang, bukan kebutuhan akan tetapi karena keinginan semata yang hanya dapat memberikan kesenangan, percaya diri, bangga, dihargai dan diterima oleh lingkungan sekitarnya. Perilaku ini sebagai salah satu perilaku yang menghambur hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu : *impulsive buying, non-rational buying, wasteful buying.*

3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Individu akan membeli barang karena keinginan sesaat dan tidak memiliki banyak pertimbangan. Schiffman & Kanuk (2004) menyatakan bahwa dalam membeli barang konsumen dipengaruhi motif emosional seperti hal-hal yang bersifat pribadi atau subyektif seperti status, harga diri, perasaan cinta dan lain sebagainya. Konsumen yang dipengaruhi oleh motif emosional tidak mempertimbangkan apakah barang yang dibelinya sesuai dengan dirinya, sesuai dengan kebutuhannya, sesuai dengan kemampuannya dan sesuai dengan standar atau kualitas yang diharapkannya. Hal inilah yang menyebabkan individu dapat berperilaku konsumtif.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan proses pengambilan keputusan dalam pembelian suatu produk. Lejniece (2011) menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu : faktor psikologis (sikap, pengetahuan, tingkat ketertarikan, motivasi dan persepsi), faktor personal (pengalaman – pengalaman baru, nilai – nilai sosial dan kepribadian) dan faktor sosial (status sosial dan standar kehidupan). Hawkins et al. (2007) juga menyatakan pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik personal maupun situasional. Salah satu dari factor tersebut adalah kepribadian. Kepribadian pada tiap individu akan turut mengambil andil dalam proses pembelian pada konsumen.

Menurut Sumartono (2002) munculnya perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa dikarenakan 2 hal, yaitu :

a. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif individu ialah harga diri, motivasi, proses belajar, observasi, konsep diri dan kepribadian. Seperti uraian sebagai berikut :

1) Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku orang tidak terkecuali pada proses pembelian. Menurut Kotler et al. (2008) motif (dorongan) adalah kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut.

2) Harga diri

Harga diri sangat berpengaruh pada perilaku membeli. Orang yang memiliki harga diri yang rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi dari pada orang yang memiliki harga diri tinggi.

3) Pengamatan dan proses belajar

Pembelian juga merupakan rangkaian proses belajar. Bila ada pengalaman masa lalu yang menyenangkan dengan suatu produk yang dibelinya, maka akan timbul kecenderungan keputusan untuk membeli barang tersebut pada masa yang akan datang. Sebaliknya, pengalaman yang kurang menyenangkan akan memberi pelajaran bagi konsumen untuk tidak membeli produk itu kembali.

4) Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai bentuk sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan.

5) Konsep diri

Swastha (2008) mengemukakan konsep diri merupakan cara pandang tentang dirinya sendiri dan pada saat yang sama ia mempunyai gambaran tentang diri orang lain. Konsep diri ini terbagi menjadi dua, yaitu konsep diri yang sesungguhnya dan konsep diri yang ideal.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif individu ialah kelas sosial, kebudayaan, referensi, kelompok – kelompok sosial dan keluarga.

Menurut (Mangkunegara, 2009) faktor perilaku konsumtif dipengaruhi dua faktor berikut:

1) Kebudayaan

Kebudayaan tercermin dalam cara hidup, kebiasaan dan tindakan permintaan bermacam-macam barang di pasar sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Keberagaman kebudayaan, banyaknya kelompok etnik akan membentuk pasar dan perilaku yang berbeda-beda.

2) Kelas sosial

Kotler, Philip, Armstrong, & Gary, (2008) kelas sosial adalah pembagian kelompok dimana masyarakat yang relatif permanen relatif teratur dimana anggota-anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku serupa. Interaksi seseorang dalam kelompok sosialnya akan berpengaruh langsung pada pendapat dan selera sehingga akan mempengaruhi pemilihan produk atau merek barang.

3) Kelompok referensi

Melakukan perilaku komsumtif orang juga akan melihat kelompok referensinya. Kelompok referensi ini lebih kuat pengaruhnya pada seseorang karena akan membentuk kepribadian dan perilakunya.

4) Keluarga

Keluarga sebagai bagian dari faktor eksternal mempunyai pengaruh yang besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan yang berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen. Selain itu keluarga juga merupakan salah satu kelompok referensi yang dalam setiap pembelian barang akan berbeda-beda menurut kebutuhannya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku komsumtif yaitu : faktor internal, seperti harga diri, motivasi, proses belajar, observasi, konsep diri dan kepribadian. Dari faktor eksternal, kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga.

B. Tipe Kepribadian Ekstrovert – Introvert

1. Pengertian Kepribadian

Salah satu kajian di dalam konsep psikologi yang dikembangkan adalah teori kepribadian yang dalam bahasa inggris disebut “*personality*”. Secara etimologi, istilah kepribadian atau “*personality*” ini berasal dari bahasa Yunani Kuno, yaitu persona atau prosopon yang berarti “topeng” yang biasa digunakan untuk pertunjukan teater (Hidayat, dalam Alwisol, 2009).

Kepribadian (*personality*) adalah salah satu kajian psikologi yang terlahir berdasarkan pemikiran, kajian atau temuan-temuan oleh para ahli. Objek kajian kepribadian adalah *human behaviour* atau perilaku manusia, yang pembahasannya terkait dengan apa, mengapa, dan bagaimana perilaku tersebut (Yusuf, 2012). Kepribadian merupakan sebuah organisasi dinamis di dalam sistem fisik dan psikis seseorang yang menentukan karakteristik perilaku dan pikirannya. Jadi menurut Rice (dalam Pernando, 2010) yang dimaksud kepribadian ialah campuran dari hal-hal yang bersifat psikologis kejiwaan dan juga yang bersifat fisik.

Kepribadian merupakan bagian dari jiwa yang membangun keberadaan manusia menjadi satu kesatuan, tidak terpecah-belah dalam fungsi-fungsi (Alwisol, 2009). Kepribadian sebagai konsep abstrak yang mengintegrasikan berbagai aspek yang menjadi karakteristik seseorang yaitu pikiran, emosi, motivasi, pengalaman, persepsi dan tindakan (Schultz & Schultz, 1994). Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulannya bahwa, kepribadian adalah

suatu kesatuan komponen yang terdapat pada seseorang yang khas dan merupakan ciri atau karakteristik atau sifat yang berasal dari penggabungan hal-hal yang bersifat psikologis dan bersifat fisik.

2. Tipe Kepribadian Ekstrovert & Introvert

Suryabrata (1998) mengatakan bahwa perilaku yang ditampilkan seseorang tercemin dari gambaran orientasi terhadap dunianya. Orientasi tersebut disebut dengan sikap, yang dimana sikap akan dipengaruhi oleh kepribadian seseorang. Kepribadian seseorang secara sederhana dibagi menjadi dua kutub berdasarkan dari arah energi psikis dalam diri seseorang, yaitu kepribadian ekstrovert & introvert.

Kedua kepribadian ini mempunyai cara masing-masing dalam merespon lingkungannya. Abidin (2013) mengungkapkan pandangan umum tentang kepribadian introvert, bahwa kepribadian ekstrovert lebih baik dan lebih unggul daripada seseorang dengan kepribadian introvert. Selain itu, disebutkan pula bahwa jumlah orang yang memiliki kepribadian introvert lebih sedikit daripada orang yang berkepribadian ekstrovert, yakni hanya sekitar 25 sampai 30%. Hal ini mengakibatkan introvert sulit untuk dimengerti oleh orang lain, karena lebih minoritas. Dari berbagai pandangan terhadap orang yang introvert, bersebrangan dengan orang ekstrovert, yang dianggap lebih baik oleh masyarakat. Orang yang berkepribadian ekstrovert dinilai sangat ramah, komunikatif dan mudah mendapat teman. Sehingga orang lain akan

lebih senang berteman dengan orang dengan kepribadian ekstrovert dibandingkan introvert.

a. Ekstrovert

Menurut Jung (Alwisol, 2009), individu dengan kepribadian ini terutama dipengaruhi oleh dunia objektif, yaitu dunia di luar dirinya. Orientasinya terutama tertuju keluar. Dimana pikiran, perasaan dan tindakan-tindakannya terutama di tentukan oleh lingkungan, baik lingkungan sosial maupun non sosial. Orang dengan tipe kepribadian ini bersikap positif terhadap masyarakat, terbuka, mudah bergaul, hubungan dengan dunia luar lancar, cenderung mengembangkan gejala histeria, sedikit energis dan perhatian sempit. Biasanya orang dengan tipe ini memiliki tingkat intelegensi yang rendah dan selalu bekerja cepat dan terburu buru sehingga hasil kerja kurang teliti, dan interpersonal variabilitas besar. Bahayanya bagi tipe ekstrovert ini adalah apabila ikatan dengan dunia luar terlalu kuat sehingga tenggelam dalam dunia obyektif, maka orang dengan kepribadian ini akan kehilangan dirinya atau merasa asing dengan dunia obyektifnya sendiri.

Menurut McCrae (2011) tipe kepribadian Ekstrovert merupakan dimensi yang menyangkut hubungannya dengan perilaku suatu individu khususnya dalam hal kemampuan mereka dalam menjalin hubungan dengan dunia luarnya. Pada pribadi Ekstrovert akan ditunjukkan dengan sikapnya yang hangat, ramah, penuh kasih sayang, serta selalu menunjukkan

keakraban terutama pada orang yang ia kenal. Mereka kerap memiliki ketertarikan yang tinggi dalam bergaul dan untuk bergabung dalam kelompok-kelompok sosial. Individu dengan kepribadian Ekstrovert cenderung tegas dalam mengambil keputusan serta tidak segan-segan untuk menempatkan posisinya dalam kepemimpinan. Mereka selalu menunjukkan sikap yang aktif terhadap perubahan keadaan dan membutuhkan suasana yang mampu membuatnya gembira sehingga sikapnya cenderung periang dalam mengekspresikan emosi mereka.

Menurut Charles (dalam Saludin, 2009) Ekstrovert sering dikenal sebagai kepribadian terbuka sehingga dalam relasi dengan orang lain, mereka menampilkan diri apa adanya. Misalnya sebagai individu perasa, maka mereka akan bertingkah laku sebagai perasa, dan bila sebagai individu pemikir, maka mereka akan bertingkah laku sebagai pemikir. Dengan sikap terbuka yang ditampilkan, maka sejak bertemu dan berbicara dengannya, orang tahu dengan siapa berhadapan.

Kepribadian ekstrovert adalah kesiapan seseorang untuk berperilaku menyukai situasi yang melibatkan banyak orang, cenderung lebih memperlihatkan keadaan emosinya secara terbuka, cenderung lebih suka langsung bertindak daripada berangan-angan, berani mengambil resiko, suka bertindak tanpa banyak berfikir, dan cenderung tidak konsisten.

b. Introvert

Menurut Jung (dalam Sujanto, 2009) , individu dengan kepribadian ini terutama dipengaruhi oleh dunia subjektif, yaitu dunia dari dalam dirinya sendiri. Orientasinya terutama tertuju ke dalam dimana penyesuaian dengan dunia luar kurang baik, jiwanya tertutup, sukar bergaul dengan orang lain dan kurang dapat menarik hati orang lain. Selain itu cenderung menunjukkan depresi dan ketakutan dan di ikuti dengan obsesi curiga, mudah tersinggung, apatis, dan saraf otonomi yang labil, gampang terluka, mudah gagap, rendah diri dan mudah melamun.

Biasanya orang dengan tipe kepribadian introvert memiliki tingkat intelegensi yang relatif tinggi dengan jumlah kosa kata yang relatif banyak dan baik. Selain itu, orang dengan tipe kepribadian ini selalu bersikap tetap pada pendirian dan terkadang keras kepala, kaku, kurang suka pada lelucon, dan interpersonal variabilitas yang kecil. Orang dengan tipe kepribadian ini memiliki penyesuaian yang baik dengan hatinya sendiri. Bahaya tipe kepribadian ini adalah jika jarak dengan dunia objektif terlalu jauh sehingga individu tersebut lepas dari dunia obyektifnya.

Menurut Charles (dalam Saludin, 2009), berlawanan dengan Ekstrovert, tipe introvert yang sering disebut kepribadian tertutup mengungkapkan diri secara bertahap. Awalnya mereka menyembunyikan kualitas penting pada dirinya, ia baru mau mengungkapkan kualitasnya setelah berhubungan cukup dalam. Tipe kepribadian introvert ditunjukkan

melalui rendahnya kemampuan individu dalam menjalin hubungan dengan lingkungan sosial mereka. Menurut McGrae dan Costa (dalam Provin, 2010), terbatasnya hubungan mereka dengan lingkungan sekitarnya, sikap dan perilaku mereka cenderung formal, pendiam, dan tidak ramah. Dalam mengekspresikan emosi dalam kondisi yang bahagia pun ia akan tampak tenang dan menunjukkan ekspresi yang datar dan tidak berlebihan. Mereka jarang sekali menunjukkan ketertarikan pada aktifitas-aktifitas yang melibatkan kelompok dalam lingkungan sosial.

Kepribadian introvert adalah kesiapan seseorang untuk berperilaku yang tidak terlalu banyak menggunakan aktivitas fisik, lebih suka menutupi perasaan yang sebenarnya, lebih menyukai beberapa teman khusus saja, lebih menyukai kegiatan yang biasa dilakukan sehari-hari, tidak suka mengambil resiko, banyak berfikir sebelum bertindak atau berbicara, senang memikirkan peristiwa-peristiwa yang pernah dialami, lebih suka mengembangkan ide-ide yang dimiliki, teliti, sungguh-sungguh, dan konsisten.

3. Aspek-aspek Tipe Kepribadian Ekstrovert & Introvert

Terdapat 3 aspek tipe kepribadian ekstrovert-introvert yaitu *Ekstraversion* yang menjelaskan terkait *activity*, *sociability*, *risk taking*, *impulsive*, *expressive*, *practicaly* dan *responsibility*. *Neuroticism* menjelaskan terkait *self-esteem*, *happiness*, *anxiety*, *obsessive*, *autonomy*, *hypochondriasis*,

dan *guilt*. Serta *Lie* yang menunjukkan kebohongan seseorang. Aspek-aspek tipe kepribadian ekstrovert-introvert menurut *Eysenck* (dalam Eysenck, H & Eysenck, S, B, 1964) menjelaskan sebagai berikut:

a. Tipe Kepribadian Ekstrovert

1) *Ekstraversi*

Ekstraversi untuk mengukur seberapa banyak seseorang memiliki kepribadian ekstrovert. *Extraversion* ditandai oleh sifatnya yang supel, banyak bicara, memiliki pengaruh positif (perasaan senang), dan membutuhkan stimulasi eksternal. Menurut teori gairah *extraversion* Eysenck, ada tingkat gairah kortikal yang optimal, dan kinerja memburuk ketika seseorang menjadi lebih atau kurang terangsang daripada tingkat optimal ini. Gairah dapat diukur dengan konduktansi kulit, gelombang otak atau berkeringat. Pada tingkat rangsangan yang sangat rendah dan sangat tinggi, kinerjanya rendah, tetapi pada rangsangan tingkat menengah yang lebih baik, kinerja dimaksimalkan.

Extraverts, menurut teori Eysenck, secara kronis kurang terangsang dan bosan dan karenanya membutuhkan stimulasi eksternal untuk membawa mereka ke tingkat kinerja yang optimal. Sekitar 16 persen dari populasi cenderung jatuh dalam kisaran ini. Sebaliknya, orang introvert (juga sekitar 16 persen dari populasi) secara kronis terlalu terangsang dan gelisah dan karenanya membutuhkan kedamaian

dan ketenangan untuk membawa mereka ke tingkat kinerja yang optimal. Kebanyakan orang (sekitar 68 persen dari populasi) jatuh di tengah-tengah kontinum extraversion / introversion, sebuah area yang disebut sebagai ambiversion.

- a) *Activity* (Aktivitas) yaitu menyukai segala bentuk aktivitas fisik termasuk bekerja keras dan berolahraga, sering bangun pagi, bergerak cepat dari satu aktivitas ke aktivitas yang lainnya, serta memiliki minat yang luas tentang berbagai hal.
- b) *Sociability* (Kesukaan Bergaul) yaitu membutuhkan kehadiran orang lain, menyukai pesta dan bersenang-senang, cepat akrab dan merasa nyaman dalam situasi-situasi sosial.
- c) *Risk Taking* (Keberanian Mengambil Risiko) yaitu menyukai hal-hal yang berbahaya, mencari kesenangan atau tantangan tanpa memikirkan akibat negatif yang mungkin akan diterimanya.
- d) *Impulsiveness* (Penurunan Dorongan Hati) yaitu dalam bertindak tergesa-gesa, kurang pertimbangan, kurang berhati-hati dalam membuat keputusan, mudah berubah, dan susah di duga tindakannya.
- e) *Expresiveness* (Pernyataan Perasaan) yaitu memperlihatkan emosi secara terbuka, baik emosi sedih, marah, takut, cinta atau benci, sentimental, mudah simpati, mudah merubah pendirian, lincah, dan bebas.

f) *Practicality*, yaitu tertarik untuk mempraktekkan hal daripada menganalisisnya, cenderung kurang sabar terhadap hal-hal yang bersifat teoritik.

g) *Irresponsibility* (Tanggung Jawab) yaitu kurang teliti, kurang memperhatikan aturan, kurang bisa menepati janji, tidak dapat di duga, dan kurang bertanggung jawab secara social.

2) *Neuroticism*

Neuroticism untuk mengukur bagaimana neurotic seseorang. Neurotisme atau emosi ditandai oleh tingginya tingkat pengaruh negatif seperti depresi dan kecemasan. *Neuroticism*, menurut teori Eysenck, didasarkan pada ambang aktivasi di sistem saraf simpatik atau otak visceral. Ini adalah bagian dari otak yang bertanggung jawab atas respons fight-or-flight dalam menghadapi bahaya. Aktivasi dapat diukur dengan detak jantung, tekanan darah, tangan dingin, keringat dan ketegangan otot (terutama di dahi).

Orang-orang neurotik - yang memiliki ambang aktivasi rendah, dan tidak mampu menghambat atau mengendalikan reaksi emosional mereka, mengalami pengaruh negatif (melawan-atau-lari) dalam menghadapi stres yang sangat kecil - mudah gugup atau kesal. Orang-orang yang stabil secara emosi - yang memiliki ambang aktivasi tinggi

dan kontrol emosi yang baik, mengalami pengaruh negatif hanya di hadapan para penekan utama - tenang dan terkumpul di bawah tekanan.

- 1) *Self-Esteem* (Rasa Harga Diri) yaitu perasaan merendahkan diri sendiri dengan tidak percaya terhadap kemampuan diri serta merasa tidak berguna dan berharga.
- 2) *Happiness* (Kegembiraan) yaitu periang dan optimis dalam menghadapi hidup.
- 3) *Anxiety* (Kecemasan) yaitu mencemaskan hal-hal yang mungkin terjadi, menerima kecemasan atau ketakutan yang tidak rasional.
- 4) *Obsessiveness* (Keformilan) yaitu melakukan sesuatu dengan teliti, hati – hati, dan serius secara berlebihan, memperdulikan aturan.
- 5) *Autonomy* (Pengaturan Diri Sendiri) yaitu mengambil tindakan sendiri dan dapat mengendalikan diri sendiri, tanpa tergantung pada orang lain.
- 6) *Hypochondriasis* yaitu mencemaskan sesuatu secara berlebihan terhadap kesehatan, penyakit atau kesedihan yang mengarah pada psikomatis.
- 7) *Guilt* (Rasa Bersalah) yaitu sulit untuk menolak sesuatu, dan menyalahkan diri sendiri secara berlebihan.

3) *Lie*

Lie atau kebohongan untuk mendeteksi kepura – puraan dalam menjawab untuk mengukur seberapa diinginkan seseorang secara social dalam menjawab pertanyaan. Apabila skor yang didapat lebih dari 5 ketidaktulusan dalam jawaban, yang juga memberikan kesaksian atas bebrapa perilaku demonstratif dan orientasi subjek terhadap persetujuan sosial, terdapat kemungkinan berusaha membuat diri mereka terlihat baik dan tidak sepenuhnya jujur dalam tanggapan mereka.

b. Tipe Kepribadian Introvert

1) *Ekstraversion*

Ekstraversion untuk mengukur seberapa banyak seseorang memiliki kepribadian introvert. Extraversion ditandai oleh sifatnya yang supel, banyak bicara, memiliki pengaruh positif (perasaan senang), dan membutuhkan stimulasi eksternal. Menurut teori gairah extraversion Eysenck, ada tingkat gairah kortikal yang optimal, dan kinerja memburuk ketika seseorang menjadi lebih atau kurang terangsang daripada tingkat optimal ini. Gairah dapat diukur dengan konduktansi kulit, gelombang otak atau berkeringat. Pada tingkat rangsangan yang sangat rendah dan sangat tinggi, kinerjanya rendah, tetapi pada rangsangan tingkat menengah yang lebih baik, kinerja dimaksimalkan.

Extraverts, menurut teori Eysenck, secara kronis kurang terangsang dan bosan dan karenanya membutuhkan stimulasi eksternal untuk membawa mereka ke tingkat kinerja yang optimal. Sekitar 16 persen dari populasi cenderung jatuh dalam kisaran ini. Sebaliknya, orang introvert (juga sekitar 16 persen dari populasi) secara kronis terlalu terangsang dan gelisah dan karenanya membutuhkan kedamaian dan ketenangan untuk membawa mereka ke tingkat kinerja yang optimal. Kebanyakan orang (sekitar 68 persen dari populasi) jatuh di tengah-tengah kontinum extraversion / introversion, sebuah area yang disebut sebagai ambiversion

- a) *Inactivity*, yaitu kurang giat, cepat lelah, santai dalam beraktivitas, lebih menyukai situasi yang tenang dan senang bermalas-malasan
- b) *Unsociability*, yaitu lebih suka memiliki sedikit teman, menyukai aktivitas individual seperti membaca, memiliki kesulitan untuk memulai pembicaraan dengan orang lain, cenderung menghindari kontak sosial
- c) *Carefulness*, yaitu lebih menyukai hal-hal yang lebih familiar, aman dan tidak berbahaya, walaupun hal tersebut kurang membawa kebahagiaan.
- d) *Control*, yaitu sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan, sistematis dan terarah, kehidupannya terencana, berfikir sebelum berbicara, dan mengamati sebelum melakukan sesuatu.

- e) *Inhibition*, yaitu sangat berhati-hati dalam memperlihatkan emosi, tenang pandai menguasai diri, objektif, mengontrol ekspresi, pikiran dan perasaan
- f) *Reflectiveness*, yaitu tertarik akan ide-ide, abstraksi, pertanyaan - pertanyaan filosofi, diskusi dan ilmu pengetahuan, bersifat mawas diri dan bijaksana.
- g) *Responsibility*, yaitu teliti, dapat dipercaya, dapat di andalkan, serius, dan sedikit kompulsif. Kepribadian bukan lah merupakan sesuatu yang diturunkan begitu saja, namun dengan dasar adanya pengkondisian respon maka proses terbentuknya kepribadian berlangsung dalam diri individu.

2) *Neuroticism*

Neuroticism untuk mengukur bagaimana neurotic seseorang. Neurotisisme atau emosi ditandai oleh tingginya tingkat pengaruh negatif seperti depresi dan kecemasan. *Neuroticism*, menurut teori Eysenck, didasarkan pada ambang aktivasi di sistem saraf simpatik atau otak visceral. Ini adalah bagian dari otak yang bertanggung jawab atas respons fight-or-flight dalam menghadapi bahaya. Aktivasi dapat diukur dengan detak jantung, tekanan darah, tangan dingin, keringat dan ketegangan otot (terutama di dahi).

Orang-orang neurotik - yang memiliki ambang aktivasi rendah, dan tidak mampu menghambat atau mengendalikan reaksi emosional

mereka, mengalami pengaruh negatif (melawan-atau-lari) dalam menghadapi stres yang sangat kecil - mudah gugup atau kesal. Orang-orang yang stabil secara emosi - yang memiliki ambang aktivasi tinggi dan kontrol emosi yang baik, mengalami pengaruh negatif hanya di hadapan para penekan utama - tenang dan terkumpul di bawah tekanan.

- a) *Self-Esteem* (Rasa Harga Diri) yaitu perasaan merendahkan diri sendiri dengan tidak percaya terhadap kemampuan diri serta merasa tidak berguna dan berharga.
- b) *Happiness* (Kegembiraan) yaitu periang dan optimis dalam menghadapi hidup.
- c) *Anxiety* (Kecemasan) yaitu mencemaskan hal-hal yang mungkin terjadi, menerima kecemasan atau ketakutan yang tidak rasional.
- d) *Obsessiveness* (Keformilan) yaitu melakukan sesuatu dengan teliti, hati – hati, dan serius secara berlebihan, memperdulikan aturan.
- e) *Autonomy* (Pengaturan Diri Sendiri) yaitu mengambil tindakan sendiri dan dapat mengendalikan diri sendiri, tanpa tergantung pada orang lain.
- f) *Hypochondriasis* yaitu mencemaskan sesuatu secara berlebihan terhadap kesehatan, penyakit atau kesedihan yang mengarah pada psikomatis.
- g) *Guilt* (Rasa Bersalah) yaitu sulit untuk menolak sesuatu, dan menyalahkan diri sendiri secara berlebihan.

3) *Lie*

Lie atau kebohongan untuk mendeteksi kepura – puraan dalam menjawab untuk mengukur seberapa diinginkan seseorang secara social dalam menjawab pertanyaan. Apabila skor yang didapat lebih dari 5 ketidaktulusan dalam jawaban, yang juga memberikan kesaksian atas bebrapa perilaku demonstratif dan orientasi subjek terhadap persetujuan sosial, terdapat kemungkinan berusaha membuat diri mereka terlihat baik dan tidak sepenuhnya jujur dalam tanggapan mereka. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa aspek tipe kepribadian ekstrovert dan introvert yaitu *Ekstraversi*, *Neuroticism*, dan *Lie*.

4) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepribadian

Menurut (Schultz & Schultz, S, 1994) mengatakan bahwa kepribadian manusia adalah sesuatu yang kompleks. Mereka mengatakan kepribadian layaknya puzzle, karena menurutnya untuk menjelaskan tentang kepribadian harus menggunakan berbagai teori untuk dapat menjelaskan secara lengkap dan tuntas. Schultz & Schultz (dalam Hidayat, 2015) merumuskan berbagai faktor yang mempengaruhi terhadap perkembangan kepribadian, yaitu:

a) Faktor Genetik atau Hereditas

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa sifat atau dimensi kepribadian merupakan sesuatu yang diwariskan. Meskipun dalam

kenyataannya, predisposisi genetik dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dan sosial, terutama ketika masa anak-anak.

b) Faktor lingkungan

Meskipun faktor genetik merupakan dasar kepribadian, tetapi lingkungan sosiallah yang akan membentuk bahan dasar tersebut menjadi produk akhir. Maka, sangatlah tidak mungkin untuk menolak kenyataan bahwa perbedaan lingkungan dan sosial akan berpengaruh kepada kepribadian seseorang.

c) Faktor Belajar

Faktor belajar mempunyai peranan yang sangat penting dalam setiap aspek perilaku. Semua pengaruh lingkungan dan sosial yang membentuk kepribadian ditentukan oleh belajar. Setiap fase dalam kepribadian yang diwariskan dapat berkembang, dikacaukan, dicegah, dan dimodifikasi, melalui proses belajar.

d) Faktor Pengasuhan

Faktor peran orang tua sangat penting dalam memenuhi berbagai kebutuhan fisiologis dan rasa aman pada dua tahun pertama kehidupan. Orang tua dalam pembentukan kepribadian dan hubungan antara bayi dan ibu sebagai sumber utama dari perasaan (afeksi). Perasaan aman merupakan kondisi yang sangat penting bagi perkembangan kepribadian.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor – faktor yang membentuk kepribadian adalah faktor genetik atau hereditas, lingkungan, belajar, pengasuhan.

C. Produk Fashion

Salah satu hal penting yang mendukung presentasi mahasiswa adalah *fashion*. Dalam hal pakaian, mahasiswa laki-laki maupun perempuan memiliki minat yang sama. Mahasiswa perempuan lebih menitik beratkan pakaian sebagai simbol status, sedangkan remaja laki – laki menggunakan pakaian sebagai simbol individualitas (Kustriani, 1997). Hoult (dalam Hurlock, 1974) mengemukakan bahwa pakaian menentukan deikelompok mana seseorang diterima sebagai anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa remaja mengkonsumsi produk *fashion* terutama karena perasaan dan emosi ingin diterima dalam kelompok dengan mempresentasikan diri melalui penampilan mereka.

Mahasiswa mengkonsumsi produk *fashion* terutama karena berdasarkan perasaan dan emosi ingin diterima dalam kelompok dengan mempresentasikan penampilan mereka. Karena dorongan tersebut, mahasiswa akan lebih mudah berperilaku konsumtif pada produk *fashion* yang selalu berubah setiap waktu akibat memori mengenai pembentukan *image* melalui penampilan yang akan dipresentasikan.

Produk *fashion* merupakan mode pakaian, mencakup juga semua aksesoris seperti ikat pinggang, sepatu, topi, tas, kaus kaki dan pakaian dalam. Arloji dan

telepon genggam juga dapat menjadi produk yang memiliki modena sendiri sehingga sebagian masyarakat menganggap keduanya adalah juga produk *fashion*. Monks (2002) menambahkan konsumen mahasiswa memiliki keinginan membeli produk yang tinggi, karena pada umumnya mahasiswa memiliki karakteristik tersendiri dalam hal berpakaian, berdandan, gaya, potongan rambut dan kesenangan akan musik.

D. Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Tipe Kepribadian Ekstrovert & Introvert pada Mahasiswa

Kotler et al. (2008) dan Simamora (2003) menyatakan bahwa karakteristik pembelian yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Sumartono (2002) menyatakan timbulnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Adapun faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi serta keluarga. Sementara faktor internal adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.

Dari beberapa faktor internal diatas, yang telah diuraikan adalah Salah satu kekuatan psikologis atau internal yaitu kepribadian karena kepribadian dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku seorang individu, dimana setiap individu memiliki karakteristik yang beragam terhadap lingkungannya, peran gaya hidup, demografi yang merupakan ilmu struktur gambaran penduduk yang dapat diidentifikasi dari usia, pendapatan serta jenis kelamin konsumen itu sendiri, dan

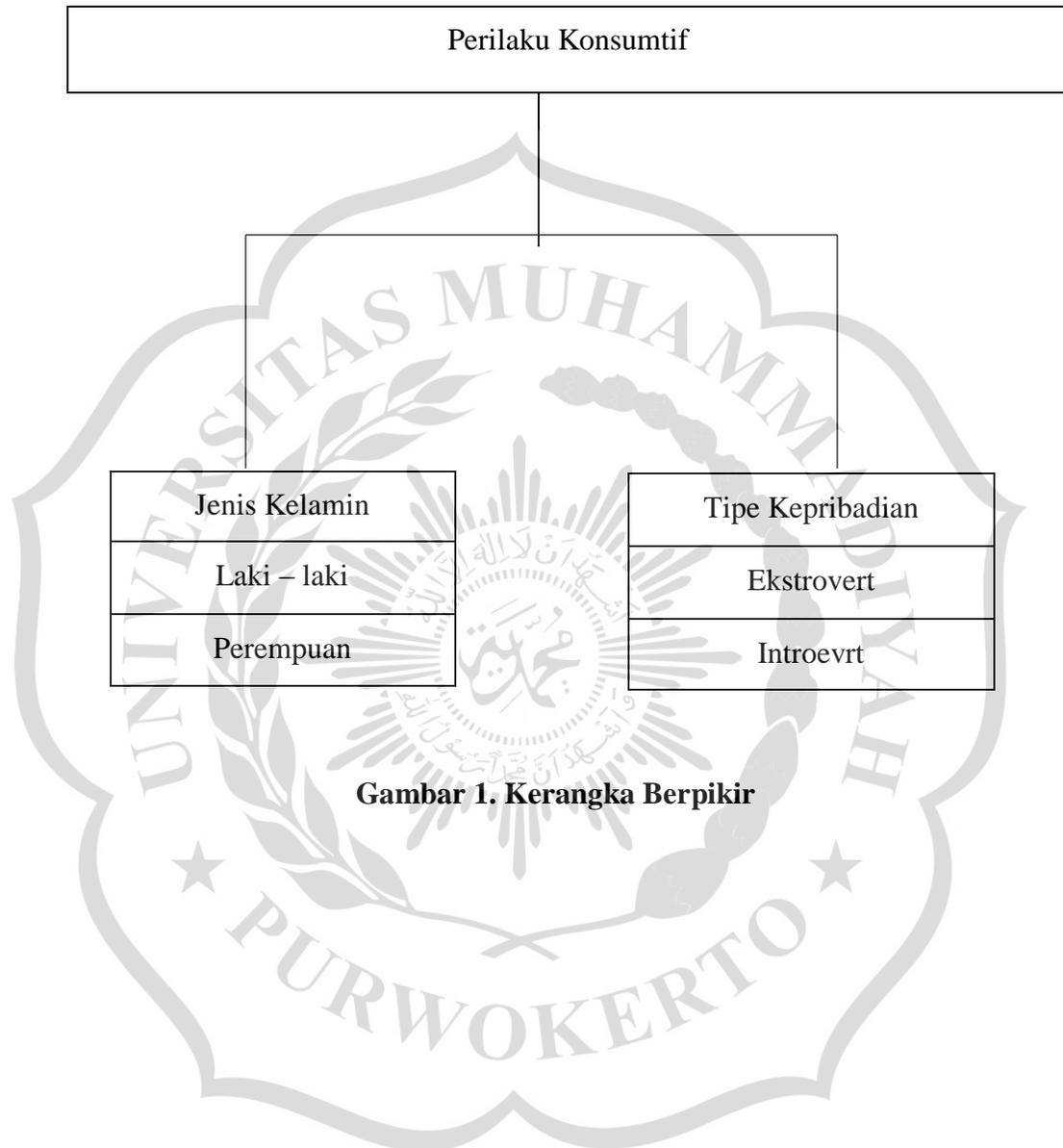
pengetahuan merupakan bentuk informasi yang diperoleh individu dari lingkungan sekitarnya. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah keluarga dimana lingkungan utama yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan individu dalam membeli suatu produk, kelas sosial sebagai ragam perbedaan status ekonomi dan sosial, dan kebudayaan merupakan hasil dari aktivitas kehidupan.

Eysenck (Alwisol, 2009) juga menjelaskan individu berdasarkan dua tipe kepribadian, yaitu tipe kepribadian ekstrovert dan tipe kepribadian introvert. Eysenck mengatakan bahwa pribadi ekstrovert, yaitu impulsif, asertif, sosiabel, lincah, aktif, mencari sensasi, riang, dominan, bersemangat dan berani. Karakter introvert cenderung pendiam, sedih, penakut, suka menyendiri, pesimis, ragu, pasif, banyak pertimbangan, banyak fikiran dan tidak sosial. Mahasiswa dengan tipe kepribadian ekstrovert memiliki kecenderungan untuk membeli produk *fashion* karena berdasarkan karakteristiknya mereka tergolong orang yang berani mengambil resiko (Eysenck dalam Alwisol, 2009).

Individu dengan keberanian dalam mengambil resiko akan cenderung siap dalam berbelanja produk *fashion*, karena subjek tidak takut dalam resiko berbelanja yang hanya terbawa emosi dan perasaan saat itu dari produk tersebut. Hal ini didukung oleh pendapat Setiadi (2003) bahwa tipe kepribadian ekstrovert cenderung memiliki perilaku konsumsi yang inovatif yaitu derajat seseorang untuk menginginkan atau mencoba sesuatu yang baru, termasuk penggunaan produk atau merek baru.

Mahasiswa dengan tipe kepribadian introversi dalam karakteristiknya cenderung kurang berani mengambil risiko dan banyak pertimbangan, mahasiswa introversi dipenuhi oleh rasa takut (Eysenck dalam Alwisol, 2009). Individu yang takut dalam mengambil risiko cenderung tidak siap dalam melakukan pembelian produk *fashion*, karena individu tersebut takut dengan risiko yang mungkin mempertimbangkan nilai guna produk *fashion* tersebut. Mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert memiliki intensi membeli produk *fashion* lebih tinggi daripada mahasiswa dengan tipe kepribadian introversi. Didukung dengan pendapat Hawkins et al. (1986) bahwa individu yang berkepribadian ekstrovert yang lebih mudah bergaul kemungkinan akan lebih konsumtif dalam membeli produk.

E. Kerangka Berfikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

F. Hipotesis

Hipotesis penelitian yang diajukan adalah :

1. Terdapat perbedaan perilaku konsumtif produk fashion ditinjau dari jenis kelamin pada mahasiswa
2. Terdapat perbedaan perilaku konsumtif produk fashion ditinjau dari tipe kepribadian ekstrovet & introvert pada mahasiswa.

