

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai makhluk hidup manusia memiliki berbagai kebutuhan yang harus terpenuhi, baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut individu akan menjadi konsumen yang membeli barang atau produk tertentu sesuai dengan kebutuhan yang mereka perlukan. Namun, pada banyak kasus individu mengkonsumsi produk tidak berdasarkan kebutuhan, melainkan karena hasrat dan keinginan saja (Chita, David dan Pali, 2015). Hal tersebut membuat individu menjadi berlebihan dalam membeli barang-barang atau bisa disebut memiliki perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak lagi membeli barang karena benar-benar membutuhkan, tetapi membeli barang hanya semata-mata untuk mencoba produk meskipun sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut (Ancok, 1995). Menurut Chita, David dan Pali (2015) perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa tetapi juga pada remaja usia 13-21 tahun. Mahasiswa merupakan remaja pada tahap akhir. Dalam beberapa kasus mahasiswa menjadi individu yang konsumtif dalam memenuhi kebutuhannya. Mahasiswa pada usia remaja akhir memiliki tugas perkembangan untuk mempersiapkan diri bebas secara ekonomi, artinya mahasiswa dituntut untuk mampu mandiri secara ekonomi. Pada kenyataannya, remaja pada tahap akhir tidak melakukan

kemandiriannya secara ekonomi, mereka justru melakukan hal-hal yang berkaitan dengan pembelian yang berlebih atau perilaku konsumtif (Fitriyani, widodo & fauziah, 2013).

Perilaku konsumtif dapat terjadi karena beberapa faktor, diantaranya ialah faktor internal dan faktor eksternal. Menurut Wahyudi (2013) terbentuknya perilaku konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh kelompok referensi yang termasuk dalam faktor eksternal. Kelompok referensi (*reference group*) atau kelompok acuan adalah individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok referensi berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam memutuskan perilaku (Sumarwan, 2015). Individu akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang akan dikonsumsinya (Anggadini, 2015).

Manusia merupakan makhluk hidup yang tidak dapat hidup sendiri. Manusia membutuhkan orang lain dalam kehidupan sehari-hari, baik keluarga, teman, tetangga, relasi kerja atau kelompok-kelompok lain yang ada di sekitarnya. Hal tersebut membuat perilaku individu banyak dipengaruhi oleh individu atau kelompok lain yang berada di sekitarnya. Salah satu yang dapat mempengaruhi perilaku individu ialah kelompok referensi. Wahyudi (2013) menyatakan bahwa kelompok referensi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya perilaku individu, salah satunya perilaku konsumtif.

Menurut Kotler (dalam Ati, 2000) kelompok referensi dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok keanggotaan dan kelompok aspirasi.

Kelompok keanggotaan terdiri dari kelompok primer dan kelompok sekunder. Kelompok primer terdiri dari keluarga, sahabat atau teman, tetangga dan rekan kerja. Sedangkan dalam kelompok sekunder terdiri dari organisasi keagamaan, himpunan profesi, dan serikat buruh. Dalam penelitian ini jenis kelompok referensi yang digunakan ialah kelompok primer, khususnya teman (baik teman sebaya/karib, teman kuliah, dan teman kost).

Mahasiswi kos akan lebih mudah terpengaruh oleh kelompok referensinya. Hal tersebut karena mahasiswi kost banyak menghabiskan waktu bersama dengan teman yang menjadi kelompok referensinya, sehingga mahasiswi kost memperoleh berbagai informasi yang dapat dijadikan landasan untuk membentuk suatu perilaku. Menurut hasil wawancara yang dilakukan di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun dari beberapa mahasiswi, 5 orang mengatakan bahwa mereka banyak dipengaruhi oleh kelompok referensinya dalam membeli sebuah produk. Produk yang biasanya mereka beli ialah tas, sepatu, pakaian, *make up*, dan aksesoris. Mahasiswi mengaku bahwa mereka sering mendapatkan informasi mengenai harga produk, kualitas, dan lokasi penjual produk dari teman kost atau teman kuliah yang menjadi kelompok referensi mereka. Informasi yang mereka dapatkan dari kelompok referensi membuat mahasiswi memutuskan untuk membeli produk tertentu meskipun sebenarnya mereka sudah memiliki barang dengan kegunaan yang sama di kost mereka.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswi, mereka merasa puas apabila mereka berhasil mendapatkan atau membeli barang yang mereka inginkan. Mahasiswi juga mengaku justru ingin membeli barang yang sama dengan warna atau model yang sedikit berbeda untuk menambah barang-barang yang sudah mereka miliki. Hal tersebut sesuai dengan salah satu aspek perilaku konsumtif yaitu mencoba lebih dari dua produk sejenis. Dalam sekali pergi ke pusat perbelanjaan mahasiswi dapat membeli barang lebih dari satu dalam waktu yang sama. Mahasiswi juga menambahkan bahwa mereka semakin tidak bisa menahan keinginan untuk membeli suatu produk apabila sedang ke pusat perbelanjaan bersama dengan kelompok referensinya.

Mahasiswi termasuk dalam remaja tingkat akhir. Usia mereka yang masih termasuk dalam kategori remaja akan membuat mereka dengan mudah terpengaruh dengan hal-hal baru yang ada disekitarnya. Fakta bahwa jumlah jaringan pemasaran pakaian terbesar di Indonesia yaitu 60% perempuan dan 40% laki-laki (Hernandhono,2004), menjadikan mahasiswa sering dijadikan terget pemasaran berbagai produk yang dibuat oleh produsen atau industri. Selain itu faktor kelompok referensi membuat mahasiswa semakin mudah membentuk perilaku konsumtif. Hal tersebut dikuatkan dengan pendapat Soetarno (1989) yang menyatakan bahwa kelompok memiliki peran yang penting dalam kehidupan individu termasuk dalam membentuk perilaku.

Adapun penelitian tentang pengaruh kelompok referensi diantaranya ialah, penelitian Alfaraqi (2015) tentang Pengaruh Kelompok Referensi dan

Efikasi Diri terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Jurusan Kedokteran Siswa Kelas XII IPA SMA N 1 Samarinda. Hasil dari penelitian tersebut ialah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kelompok referensi dan efikasi diri terhadap pengambilan keputusan jurusan kedokteran. Selain itu Budiyanto (2013) juga melakukan penelitian tentang keputusan pembelian *blackberry* remaja ditinjau dari kelompok acuan. Hasil dari penelitian tersebut adalah, pengambilan keputusan para remaja untuk membeli *blackberry* dipengaruhi oleh kelompok acuan, namun tidak ada dari ketiga jenis kelompok acuan yang lebih dominan berpengaruh pada diri remaja karena ketiganya memberikan pengaruh yang sama pada diri remaja dalam pengambilan keputusan pembelian *blackberry*. Dari beberapa penelitian tersebut membuktikan bahwa kelompok referensi berperan penting terhadap terbentuknya perilaku individu, sehingga peneliti menjadikan beberapa penelitian tersebut sebagai acuan untuk melakukan penelitian tentang hubungan kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini ingin mengetahui apakah ada hubungan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswi. Maka, peneliti mengambil judul “Hubungan Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Kos”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalahnya ialah, “apakah ada hubungan kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswi kos”.

C. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswi kos.

D. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap perkembangan kajian ilmu psikologi, khususnya yang berhubungan dengan kelompok referensi dan perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan pada subjek tentang pengaruh kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan pada subjek agar dapat hidup sederhana agar terhindar dari perilaku konsumtif.

b. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kelompok referensi dan perilaku konsumtif.

E. Keaslian Penelitian

Beberapa penelitian tentang variabel kelompok referensi atau perilaku konsumtif telah dilakukan oleh peneliti lain. Penelitian tersebut diantaranya penelitian dari Wijayanti (2016) yang berjudul “Hubungan Interaksi Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA N 6 Yogyakarta”. Tujuan dari penelitian tersebut ialah untuk mengetahui hubungan interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 6 Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut ialah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 6 Yogyakarta.

Penelitian lain yang terkait dengan variabel kelompok referensi ialah penelitian yang dilakukan oleh Putra (2017) yang berjudul “Analisis Pengaruh Keluarga, Kelompok Referensi, dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Android* Merek Samsung”. Tujuan dari penelitian tersebut ialah untuk mengetahui pengaruh keluarga, kelompok referensi, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian *smartphone android* merek samsung. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa, keluarga, kelompok referensi dan persepsi konsumen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang berjudul “*Social Reference Group Influence On Mobile Phone Purchasing behavior: A Cross-nation Comparative Study*” juga merupakan salah satu penelitian yang terkait dengan variabel kelompok referensi. Penelitian tersebut menggambarkan studi komparatif yang meneliti

perbedaan pengaruh kelompok referensi pada perilaku konsumen pengguna ponsel di Cina dan di Amerika Serikat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketiga macam pengaruh kelompok referensi yang diuji, hanya pengaruh utilitarian yang menunjukkan perbedaan yang signifikan, sedangkan dua pengaruh lainnya yaitu pengaruh informasi dan ekspresi nilai menunjukkan hasil yang kurang signifikan.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ialah terletak pada hubungan antara variabel kelompok referensi dan perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswi. Selain itu perbedaan dalam penelitian ini ialah subjek dalam penelitian, waktu dan tempat pelaksanaan, serta skala yang dibuat sendiri oleh peneliti.