

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Perilaku Konsumtif Belanja *Online***

###### **2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam berbelanja atau mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan diluar batas kebutuhan. Perilaku konsumtif juga berarti seseorang yang cenderung melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan dan tidak terencana. Akibat dari pembelian yang tidak terencana ini, seseorang akan rentan menggunakan uangnya untuk membeli barang atau jasa tanpa perhitungan dan tidak melihat konsekuensi, berbelanja hanya dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa sebagai simbol kemewahan, bukan untuk memenuhi kebutuhan.

Perilaku konsumtif teori Lina dan Rosyid (Lestarina, et al., 2017:2) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli barang-barang secara berlebihan. Teori konsumtif Sumartono (2002:117) menyatakan bahwa “Secara pragmatis perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya. Atau dapat diartikan membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai produk tersebut”.

Sumartono (Candra et al., 2021:189) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional dan pembelian tidak lagi berdasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).

Menurut Dewi et al. (2017:30) “Perilaku konsumtif merupakan sebuah kegiatan konsumsi, konsumsi dalam kegiatan tersebut merupakan konsumsi yang berlebihan dimana hanya untuk mementingkan kepuasan semata bukan untuk memenuhi kebutuhan yang memang dibutuhkan”.

Berdasarkan definisi yang telah diungkap oleh beberapa ahli, maka dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Seseorang yang berperilaku konsumtif akan membeli suatu barang atau jasa berdasarkan pada aspek keinginan semata bukan karena aspek kebutuhan, sehingga akan menimbulkan kecenderungan untuk melakukan kegiatan konsumsi barang secara terus menerus atau tidak terbatas.

### **2.1.1.2 Perilaku Konsumtif Belanja *Online***

Internet sebagai salah satu bentuk dari perkembangan teknologi telah mengubah berbagai aktivitas masyarakat, tidak terkecuali dalam kegiatan transaksi jual beli. Belanja *online* adalah aktivitas pembelian barang yang dilakukan secara *online* melalui jaringan internet. Kegiatan belanja barang atau jasa yang dilakukan secara *online* menjadikan kegiatan berbelanja menjadi mudah, cepat, dan dapat dilakukan oleh siapa saja dimanapun dan kapanpun.

Menurut Septiansari dan Handayani (2021:59) menyatakan bahwa “Belanja *online* adalah proses membeli barang atau jasa dari penjual melalui jaringan internet, atau aktivitas jual beli produk dan jasa secara *online* tanpa adanya pertemuan secara langsung antara penjual dengan pembeli”. Sedangkan menurut Handayani (Siregar et al., 2023:122) menyatakan bahwa belanja *online* adalah suatu aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan cara transaksi elektronik melalui situs-situs penyedia jual beli *online* atau *web browser*.

Mahasiswa dan internet dalam penggunaannya tidak dapat dipisahkan. Mahasiswa memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh internet salah satunya dalam hal berbelanja. Berbelanja secara *online* dapat memberikan kemudahan kepada para konsumen seperti menghemat biaya, barang bisa langsung diantar kerumah, harga lebih terjangkau serta menawarkan berbagai diskon dan bonus lainnya. Banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh toko *online* membuat mahasiswa memiliki kecenderungan untuk terus melakukan kegiatan belanja *online*. Sehingga tidak sedikit mahasiswa yang melakukan belanja *online* bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup,

sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau dikenal dengan istilah perilaku konsumtif.

Teori perilaku konsumen dalam penelitian ini mengaplikasikan bahwa mahasiswa dalam memilih, membeli, serta menggunakan barang dan jasa *online* harus berdasarkan pada kebutuhannya bukan berdasar pada keinginan. Tetapi ketika mahasiswa sudah mengutamakan belanja *online* untuk memenuhi keinginan semata dan tidak berdasarkan kebutuhan maka mahasiswa dikatakan memiliki perilaku konsumtif dalam belanja *online*.

Menurut Minanda et al. (2018:436) menjelaskan bahwa “Perilaku konsumtif belanja *online* merupakan tindakan dalam membeli barang atau jasa *online* tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu dan tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Aktivitas belanja *online* semata-mata hanya didasari oleh keinginan untuk memiliki produk-produk *online* yang disukai tanpa memikirkan kegunaan dari barang tersebut”. Beberapa hal yang menunjukkan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa yaitu belanja untuk menjaga penampilan, belanja karena adanya diskon (potongan harga), belanja karena mengikuti *trend fashion*, dan belanja karena terpengaruh oleh iklan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif belanja *online* adalah perilaku individu yang ditunjukkan dengan keinginan untuk mengkonsumsi barang *online* yang sebenarnya kurang diperlukan, pembelian produk dan jasa *online* dilakukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

### **2.1.1.3 Dampak Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja, sebagai contohnya adalah mahasiswa. Dalam teori psikologi konsumen, secara psikologis, masa remaja adalah masa dimana orang sedang dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Oleh karena itu kelompok usia yang paling konsumtif adalah kelompok remaja. Perilaku konsumtif juga memberikan dampak bagi pelakunya, yaitu dampak positif dan dampak negatif.

Menurut Melinda, et al. (2022:9) menyatakan bahwa” Dampak positif dari perilaku konsumtif adalah dapat menjadi penghilang stres dan dapat mengikuti

perkembangan zaman, sedangkan dampak negatifnya yaitu menyebabkan timbulkan gaya hidup yang boros serta tidak terpenuhinya kebutuhan yang akan datang”. Selain itu, menurut Khoirunnisa dan Khidir (Hijrianti dan Fitriani, 2020:49) menjelaskan bahwa dampak positif dari perilaku konsumtif adalah merasa percaya diri sedangkan dampak negatifnya adalah berperilaku boros yang pada akhirnya dapat menimbulkan penyesalan bagi sebagian individu.

Menurut Irmasari (Candra, et al., 2021:187) mengatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif, terutama bagi remaja. Dampak negatif perilaku konsumtif antara lain adalah timbulnya kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan menabung, dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial dalam perilaku konsumtif muncul karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang dan kegunaan barang, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang konsumtif. Tetapi tidak sedikit remaja yang tetap berperilaku konsumtif walaupun dirinya memiliki kebutuhan yang lebih penting, sehingga timbullah penyesalan ketika dia telah berperilaku konsumtif seperti dalam hal berbelanja *online*.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dampak negatif dari perilaku konsumtif sangat merugikan terutama bagi mahasiswa yang masuk kedalam kategori usia remaja yang pada dasarnya belum bisa menghasilkan uang sendiri. Bagi mahasiswa perilaku konsumtif ini memiliki lebih banyak dampak negatif dibandingkan dampak positif. Di zaman modern yang segala kegiatan dapat dilakukan secara *online* ini, mahasiswa harus dapat menahan dan mengendalikan diri agar tidak terjerumus kedalam perilaku konsumtif.

#### **2.1.1.4 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif belanja *online* merupakan tindakan atau perilaku individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa *online* secara berlebih yang tidak didasarkan pada kebutuhan tetapi hanya didasarkan pada keinginan. Perilaku konsumtif ini tidak datang begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif.

Menurut Sumartono (2002:99) pembentukan perilaku konsumtif dan keputusan untuk membeli suatu produk, dapat dikaitkan dari dua faktor yang saling berhubungan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, yaitu:

1. Faktor internal
  - a. Motivasi  
Dengan adanya motivasi yang tinggi untuk membeli suatu produk, barang atau jasa, maka konsumen cenderung akan membeli tanpa berpikir rasional.
  - b. Proses belajar dan pengalaman  
Dalam melakukan pembelian, maka konsumen sedang mengamati dan mempelajari stimulasi yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya dan dijadikan pengalaman sebagai referensi dalam pembelian.
  - c. Kepribadian.  
Kepribadian merupakan bentuk dari sifat yang ada pada diri seseorang yang menentukan pola perilakunya, seperti kemampuan mengendalikan dan mengontrol tingkah laku.
  - d. Konsep diri.  
Menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan *image merk*, *image* penjual, atau tujuan pengiklanan.
  - e. Sikap  
Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, sehingga sangat berpengaruh dalam menentukan produk, merek, dan pelayanan.
2. Faktor eksternal
  - a. Faktor kebudayaan.  
Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui, dan dimiliki bersama yang berlaku pada masyarakat.
  - b. Faktor kelas sosial  
Kelas sosial merupakan suatu kelompok yang terdiri sejumlah orang yang mempunyai sistem nilai, minat, dan perilaku yang serupa
  - c. Faktor keluarga  
Keluarga merupakan unit sosial terkecil yang memegang peranan terbesar dalam pembentukan individu termasuk yang berkaitan dengan sikap dan perilaku konsumsi.
  - d. Kelompok acuan  
Kelompok acuan merupakan suatu kelompok yang mempengaruhi sikap, nilai, norma, serta perilaku konsumen sehingga dapat di jadikan ukuran dalam membentuk kepribadian dan perilakunya.

Menurut Kotler dan Amstrong (Tribuana, 2020:146) menyebutkan bahwa Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya yaitu faktor budaya, sosial, pribadi (umur, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri), dan psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap).

Adapun faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa menurut Minanda, et al. (2018:438-439) adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal
  - a. Motivasi belanja  
Adalah adanya keinginan serta kepuasan yang dimiliki mahasiswa ketika berbelanja produk-produk *online* yang dibelinya.
  - b. Persepsi mengenai belanja *online*  
Adalah anggapan mahasiswa bahwa belanja *online* memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja, sehingga keinginan untuk berbelanja online terus ada.
2. Faktor eksternal
  - a. Kebiasaan masyarakat  
Belanja *online* yang sudah menjadi kebiasaan pada masyarakat, sehingga kebiasaan ini dapat mempengaruhi orang lain khususnya mahasiswa untuk ikut dalam aktivitas belanja *online*.
  - b. Kelompok pertemanan  
Merupakan salah satu faktor pendorong dalam diri mahasiswa untuk terus ikut serta melakukan aktivitas berbelanja *online*.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian, konsep diri, dan sikap. Sedangkan faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial, keluarga, dan kelompok acuan.

#### **2.1.1.5 Indikator Perilaku Konsumtif**

Indikator perilaku konsumtif digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif. Menurut Lina dan Rosyid (Nurhaini, 2018:94) menyebutkan terdapat tiga indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

1. Pembelian impulsif (*impulsive buying*)  
Impulsif merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan, tidak memikirkan apa yang akan terjadi, dan biasanya bersifat emosional.
2. Pembelian berlebihan (*wasteful buying*)  
Pembelian berlebihan menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

### 3. Pembelian tidak rasional (*non rasional buying*)

Perilaku membeli tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu. Pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode serta membeli barang yang dapat membuat terlihat *trendy*.

Menurut Sumartono (2002:119) beberapa indikator dalam perilaku konsumtif, yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan)
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
6. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (dengan merek berbeda)

Berdasarkan indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, maka disimpulkan indikator perilaku konsumtif belanja *online* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator perilaku konsumtif Lina dan Rosyid, yang meliputi pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian berlebihan (*wasteful buying*), dan pembelian tidak rasional (*non rasional buying*).

## 2.1.2 Self Concept

### 2.1.2.1 Pengertian Self Concept

*Self concept* merupakan cara pandang individu untuk memahami, menilai, dan mempresepsikan diri sendiri. Dalam teori diri dari Rogers (Burns, 1993:5) menyatakan bahwa konsep diri adalah organisasi dari persepsi-persepsi diri. Konsep diri menjadi penentu (*determinant*) yang paling penting terhadap lingkungannya. Carl Rogers juga menggunakan istilah konsep diri untuk menunjuk pada cara seseorang memandang dan merasakan dirinya sendiri.

Menurut Fitts (Saputra dan Astiti, 2021:913) menyatakan bahwa konsep diri merupakan suatu kerangka acuan yang digunakan individu dalam berinteraksi

dengan dunia, sehingga konsep diri memiliki pengaruh yang kuat pada tingkah laku manusia. Fitts (Ningrum dan Pratiwi, 2022:25) menyatakan bahwa bagaimana diri dilihat, dihayati bahkan dialami oleh seseorang merupakan dasar dari bagaimana seseorang berinteraksi dengan lingkungannya.

Menurut Berzonsky (Khoiriyah dan Hakim, 2021:32) menjelaskan bahwa konsep diri adalah penilaian individu tentang keseluruhan dirinya sendiri. Sedangkan menurut pendapat Hurlock (Saputra dan Astiti, 2021:916), konsep diri adalah pandangan individu mengenai diri sendiri yang merupakan gabungan dari keyakinan fisik, psikologis, sosial, emosional aspiratif, dan prestasi yang mereka capai. Konsep diri ini seperti bayangan cermin, ditentukan sebagian besar oleh peran dan hubungan dengan orang lain, serta reaksi atau respon orang lain terhadapnya.

Ghufron (Luas et al., 2023:3) menyatakan bahwa konsep diri seseorang merupakan kerangka acuan (*frame of reference*) dalam berinteraksi dengan orang lain. Cara pandang individu terhadap dirinya akan membentuk suatu konsep tentang diri sendiri. Konsep tentang diri sangatlah penting, karena konsep diri menentukan bagaimana individu bertindak dalam berbagai situasi.

Konsep diri merupakan bagian penting dalam setiap diri individu. Menurut Sumarwan (Mawo, et al., 2017:64) menjelaskan bahwa konsep diri merupakan persepsi seseorang terhadap dirinya yang meliputi kesehatan fisik dan karakteristik lainnya seperti kekuatan, kejujuran, dan rasa humor. Sedangkan menurut Atwater (Ranny, et al., 2017:41) menjelaskan bahwa konsep diri adalah gambaran secara umum mengenai diri individu itu sendiri, baik dari persepsi, perasaan, keyakinan, dan nilai-nilai yang berhubungan dengan dirinya.

Berdasarkan pengertian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *self concept* atau konsep diri adalah gambaran tentang pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri meliputi segala hal yang dimilikinya yang menyangkut fisik maupun psikis. Konsep diri merupakan suatu aspek yang penting pada masa remaja seperti mahasiswa, karena pada masa ini remaja mulai mengembangkan identitas diri, penilaian diri, serta minat dalam diri sendiri. Minat tersebut dapat diekspresikan melalui berbagai kegiatan, salah satunya melalui perilaku membeli.



### 2.1.2.2 Jenis-Jenis *Self Concept*

Konsep diri terdiri dari dua jenis, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Menurut Octaviani dan Kartasasmita (2017:128) menjelaskan bahwa “Individu dengan konsep diri positif akan memiliki pandangan yang menyenangkan terhadap dirinya sendiri, sebaliknya individu dengan konsep diri negatif akan memandang dirinya selalu tidak mampu dan gagal, serta mempunyai pandangan negatif terhadap kehidupannya”.

Menurut Calhoun dan Acoccela (Amalia dan Ri'aeni, 2022:57), menjelaskan bahwa dalam perkembangannya konsep diri terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

#### 1. Konsep diri positif

Konsep diri positif lebih kepada penerimaan diri bukan sebagai suatu kebanggaan yang besar tentang diri. Konsep diri positif bersifat stabil dan bervariasi. Individu yang memiliki konsep diri positif adalah individu yang mengerti tentang dirinya, dapat memahami dan menerima berbagai fakta tentang dirinya sendiri, sehingga evaluasi terhadap dirinya menjadi lebih positif dan dapat menerima diri dengan apa adanya.

#### 2. Konsep diri negatif

- a. Pandangan individu tentang dirinya sendiri benar-benar tidak teratur, tidak memiliki perasaan, kestabilan, dan keutuhan diri. Individu tersebut tidak tahu siapa dirinya, kekuatan dan kelemahannya atau yang dihargai dalam hidupnya.
- b. Pandangan tentang dirinya sendiri terlalu stabil dan teratur. Hal ini bisa terjadi karena individu di didik dengan cara yang sangat keras, sehingga menciptakan citra diri yang tidak mengizinkan adanya penyimpangan dari seperangkat hukum yang dalam pikirannya karena merupakan cara hidup yang tepat.

Situmorang, et al. (2020:1359) menjelaskan karakteristik dari konsep diri positif dan konsep diri negatif sebagai berikut:

1. Karakteristik konsep diri positif, meliputi:
  - a. Penuh keyakinan akan kemampuan dalam menyelesaikan masalah
  - b. Merasa setara dengan orang lain
  - c. Menerima pujian tanpa rasa malu

- d. Menyadari bahwa setiap orang memiliki perasaan, keinginan, dan perilaku yang sepenuhnya tidak disadari masyarakat
  - e. Mampu mengembangkan dan memperbaiki diri
2. Karakteristik konsep diri negatif, meliputi:
- a. Peka terhadap kritik yang diterima
  - b. Responsif terhadap pujian dari orang lain
  - c. Memiliki sikap yang hiperkritis
  - d. Merasa pesimis dengan apa yang dikerjakan
  - e. Cenderung merasa tidak disukai dan tidak mendapatkan perhatian dari orang lain

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki konsep diri positif akan mempunyai penerimaan terhadap dirinya apa adanya, yang membuat orang tersebut tidak mudah terpengaruh dalam hal mengkonsumsi suatu barang atau jasa untuk menutupi kekurangan dirinya ataupun untuk membuatnya terlihat menarik dalam pandangan orang lain. Sedangkan mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif akan selalu merasa kekurangan, tidak diperhatikan dan tidak disukai oleh lingkungan sekitar, sehingga menggunakan berbagai cara agar dapat terlihat menarik dalam pandangan orang lain.

### **2.1.2.3 Faktor-Faktor *Self Concept***

Konsep diri pada seseorang tidak terjadi begitu saja. Argyle (Nurhaini, 2018:96) berpendapat bahwa terbentuknya konsep diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya sebagai berikut:

1. Reaksi dari orang lain
 

Pencerminan perilaku seseorang terhadap respon orang lain, dapat dipengaruhi dari diri orang itu sendiri.
2. Perbandingan dengan orang lain
 

Konsep diri seseorang sangat bergantung pada cara orang tersebut membandingkan dirinya dengan orang lain.
3. Peranan seseorang
 

Setiap orang pasti memiliki citra dirinya masing-masing, sebab dari situlah orang tersebut memainkan peranannya
4. Identifikasi terhadap orang lain
 

Pada dasarnya seseorang akan selalu ingin mempunyai beberapa sifat dari orang yang dikaguminya

Menurut Hurlock (Luas, et al., 2023:3) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri yaitu, usia kematangan, penampilan diri, cita-cita, teman sebaya, hubungan keluarga, dan kreativitas. Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsep diri dikemukakan oleh Fitts (Saputra dan Astiti, 2021:916) yang menyatakan bahwa konsep diri seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu pengalaman interpersonal, kompetensi, dan aktualisasi diri.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa konsep diri seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor yang mempengaruhi konsep diri ini akan membentuk perilaku individu tersebut apakah memiliki konsep diri positif atau konsep diri negatif dalam dirinya.

#### **2.1.2.4 Indikator *Self Concept***

Konsep diri pada seseorang dapat diukur dengan menggunakan indikator konsep diri. Menurut teori Fitts (Widiarti, 2017:138-139) menyatakan, konsep diri ditunjukkan dengan indikator yang meliputi dimensi konsep diri internal dan dimensi konsep diri eksternal, sebagai berikut:

1. Dimensi konsep diri internal, meliputi tiga bentuk, yaitu:

a. Diri identitas (*identity self*)

Identitas diri merupakan aspek paling mendasar pada konsep diri. Hal ini mengacu pada pertanyaan “Siapakah aku?”. Pertanyaan ini mencakup label atau simbol-simbol yang terdapat pada diri individu untuk menggambarkan dirinya dan membangun identitasnya.

b. Diri perilaku (*behavioral self*)

Diri perilaku merupakan persepsi individu tentang tingkah lakunya, yang berisikan segala kesadaran mengenai apa yang dilakukan dirinya. Diri perilaku dalam individu dapat membantu merencanakan kesuksesan masa depan.

c. Diri penilai (*judging self*)

Diri penilai berfungsi sebagai pengamat, penentu standar, dan evaluator. Diri penilai juga menentukan kepuasan seseorang akan dirinya atau seberapa jauh seseorang akan menerima dirinya.

2. Dimensi konsep diri eksternal meliputi lima bentuk, yaitu:

a. Diri fisik (*physical self*)

Merupakan persepsi seseorang terhadap keadaan fisik, kesehatan, dan penampilan diri.

b. Diri etik moral (*moral ethical self*)

Diri moral merupakan persepsi seseorang terhadap dirinya dilihat dari standar pertimbangan nilai moral dan etika. Hal ini menyangkut persepsi seseorang mengenai hubungan dengan Tuhan, kepuasan seseorang akan kehidupan keagamaannya, dan nilai-nilai moral yang dipegangnya, meliputi batasan baik dan buruk.

c. Diri pribadi (*personal self*)

Diri pribadi merupakan perasaan atau persepsi seseorang tentang keadaan pribadinya hal ini tidak dipengaruhi oleh kondisi fisik atau hubungan dengan orang lain, tetapi dipengaruhi oleh sejauh mana individu merasa puas terhadap pribadinya atau sejauh mana ia merasa dirinya pribadi yang tepat.

d. Diri keluarga (*family self*)

Diri keluarga menunjukkan perasaan dan harga diri seseorang dalam kedudukannya sebagai anggota keluarga. Bagian ini menunjukkan seberapa jauh keluarga merasa dekat terhadap dirinya sebagai anggota keluarga serta terhadap peran maupun fungsi yang dijalankan sebagai anggota dari suatu keluarga.

e. Diri sosial (*social self*)

Diri sosial merupakan penilaian dari individu terhadap dirinya dalam interaksi dengan orang lain dalam lingkungan yang lebih luas.

Berdasarkan indikator konsep diri yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan indikator *self concept* mencakup konsep diri dimensi internal yang terdiri dari diri identitas, diri perilaku, dan diri penilai serta konsep diri dimensi eksternal yang terdiri dari diri fisik, diri etik moral, diri pribadi, diri keluarga dan diri sosial.

### **2.1.3 Self Control**

#### **2.1.3.1 Pengertian Self Control**

*Self control* adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu untuk mengontrol atau mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam diri maupun dari luar diri individu. Menurut Averill (Candra, et al., 2021:190) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini.

Menurut Chaplin (Islamia dan Purnama, 2022:97) menyatakan bahwa kontrol diri adalah bagaimana kemampuan individu untuk mengendalikan perilaku diri serta menanggukkan kesenangan demi tercapainya tujuan masa depan yang lebih baik. Sedangkan menurut Nainggolan (2022:814) menyatakan bahwa “Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk menahan dorongan serta mengendalikan tingkah lakunya pada saat tidak adanya kontrol dari lingkungan”.

Menurut Kay (Marsela dan Supriatna, 2019:66) menyatakan bahwa salah satu tugas perkembangan remaja yaitu memperkuat *self-control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, dan prinsip-prinsip atau falsafah hidup. Remaja yang memiliki kontrol diri akan memungkinkan dapat mengendalikan diri dari perilaku-perilaku yang melanggar aturan dan norma-norma yang ada di masyarakat.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki suatu benteng pertahanan yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu dengan *self control* sehingga individu terutama mahasiswa dapat menekankan hasrat-hasrat berlebihan yang muncul dalam diri. Dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif, kontrol diri berperan dalam mengarahkan dan mengatur individu untuk membelanjakan sesuatu. Individu dengan kontrol diri yang baik diharapkan mampu mengatur keuangan dan membelanjakannya sesuai dengan kebutuhan serta lebih percaya diri dengan penampilan.

### **2.1.3.2 Jenis-Jenis *Self Control***

*Self control* terdiri dari beberapa jenis. Menurut Block dan Block (Marsela dan Supriatna, 2019:68), jenis-jenis kontrol diri dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Over control*, merupakan kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi dengan stimulus.
2. *Under control*, merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsifitas dengan bebas tanpa perhitungan yang matang.
3. *Appropriate control*, merupakan kontrol diri individu dalam upaya untuk menahan dan mengendalikan impuls secara tepat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis *self control* dibedakan berdasarkan tingkatan pengendalian dalam diri seseorang yang akan menentukan kualitas kontrol diri itu sendiri.

### **2.1.3.3 Faktor-Faktor *Self Control***

*Self control* yang terdapat dalam diri setiap individu tidaklah sama, hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam pembentukannya. Menurut Ghufron (Haryana, 2020:30) menyatakan bahwa terdapat 2 faktor yang mampu mempengaruhi *self control*, yaitu:

1. Faktor internal

Usia menjadi salah satu faktor internal yang berpengaruh terhadap kontrol diri. Dengan bertambahnya usia seseorang, maka semakin baik pula kemampuan dalam mengontrol diri.

2. Faktor eksternal

Lingkungan keluarga merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kontrol diri. Lingkungan keluarga terutama orang tua memiliki andil atau pengaruh besar dalam menentukan bagaimana seseorang memiliki kemampuan dalam mengontrol diri. Apabila orang-orang tua sejak dini mulai menerapkan sikap disiplin kepada anaknya secara intens, maka sikap konsisten ini akan diinternalisasi oleh anak dan secara tidak langsung sikap disiplin tersebut akan menjadi kontrol dirinya bagi diri mereka sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya kontrol diri pada diri seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pembentukan kontrol diri tidak semata-mata dibangun secara praktis, namun secara berangsur dan berlanjut sehingga menjadi sesuatu yang melekat pada diri individu.

#### **2.1.3.4 Indikator *Self Control***

Indikator *self control* digunakan untuk mengukur seberapa besar kontrol diri pada diri seseorang. Menurut Averill (Nurhaini, 2013:96) menyebutkan terdapat tiga aspek indikator dalam kontrol diri, sebagai berikut:

##### 1. Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini dibedakan menjadi dua komponen, yaitu;

- a. Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*), yaitu menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan dirinya sendiri atau orang lain atau sesuatu diluar dirinya.
- b. Kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*), merupakan kemampuan untuk mengetahui kapan dan bagaimana stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi.

##### 2. Kontrol kognitif (*cognitif control*)

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

- a. Kemampuan memperoleh informasi (*information gain*), dengan informasi yang dimiliki oleh individu dapat mengantisipasi keadaan dengan berbagai pertimbangan.
- b. Kemampuan melakukan penilaian (*appraisal*), berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

### 3. Kontrol keputusan (*decisional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu keadaan yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, serta kemungkinan didalam diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Menurut Patty (Siallagan, et al., 2021:56) menyatakan bahwa kontrol diri dapat diukur dengan menggunakan 4 aspek, yaitu:

1. Kontrol diri terhadap pemikiran (kognitif), adalah kemampuan dari dalam diri individu untuk mengendalikan pikiran sehingga menghasilkan suatu sikap yang positif atau mengarah kepada perilaku yang objektif.
2. Kontrol terhadap impulse (dorongan hati), adalah kemampuan individu untuk mengendalikan diri serta bertindak secara bijak terhadap setiap dorongan hati negatif yang muncul secara tiba-tiba.
3. Kontrol terhadap emosi, adalah kemampuan individu untuk memiliki kesadaran diri emosi dalam hubungan dengan diri sendiri dan orang lain.

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa indikator *self control* yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah tiga indikator yang dikemukakan oleh Averill yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan kontrol keputusan (*decisional control*).

## 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

**Tabel 2.1**

### Hasil Penelitian yang Relevan

| No | Sumber  | Judul  | Hasil Penelitian   |
|----|---|--|--|
| 1  | Gracela Natasya Luas, Sapto Irawan, dan Yustinus Windrawanto. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan. | Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa | Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa BK UKSW Angkatan 2019. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai R square sebesar |



|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
|   | Vol 13. No. 1 Tahun 2023. Hal 1-7   |  | 0,097 yang memiliki arti konsep diri memiliki pengaruh 9,7% terhadap perilaku konsumtif   |
| 2 | Siti Febriyanti Khoiriyah dan Zun Azizul Hakim. Jurnal Psikologi Terapan Vol. 4. No. 1. Tahun 2021. Hal 21-37           | Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik ditinjau dari Konsep Diri pada Mahasiswa          | Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi $r = -0,323$ dengan tingkat signifikansi 0,008 ( $p < 0,05$ ) yang berarti bahwa terdapat pengaruh konsep diri yang signifikan terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik, ke arah negatif. Artinya semakin tinggi tingkat konsep diri mahasiswa maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik, begitupun sebaliknya semakin rendah tingkat konsep diri maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin meningkat. |
| 3 | Yeki Candra, Krisnova Nastasia, dan Selvi Zola Fenia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol 23. No. 1. Tahun 2021. Hal 185-194 | Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMAN 10 Padang | Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar $r = 0,389$ dengan taraf signifikansi $p = 0,004$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMAN 10 Padang.  |

**Tabel 2.2**  
**Persamaan dan Perbedaan dengan Hasil Penelitian yang Relevan**

| <b>Persamaan</b>   | <b>Perbedaan</b>  |
|--|---|
| Persamaan penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian saya yaitu variabel dependen (Y) yang digunakan adalah perilaku konsumtif. Selain itu metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif | Perbedaan penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian saya adalah penelitian terdahulu menggunakan satu variabel independen (X), sedangkan pada penelitian saya menggunakan dua variabel independen yaitu <i>self control</i> dan <i>self concept</i> . Selain populasi penelitian yang akan dilakukan adalah pada mahasiswa FKIP Universitas Siliwangi. |

### 2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menurut Uma Sekaran (Sugiyono, 2019:95) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir dalam penelitian perlu dikemukakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian secara teoritis.

*Grand Theory* yang mendasari penelitian ini adalah teori konsumtif Sumartono (2002:117) yang menyatakan bahwa “Perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang sama atau merek lainnya”. Dalam teori ini juga dijelaskan bahwa perilaku konsumtif dapat disebutkan membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai produk tersebut.

Pada dasarnya setiap orang memiliki keinginan dan kehendak untuk membeli sesuatu guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan itu muncul karena adanya dorongan yang berasal dari dalam diri orang itu sendiri yang menimbulkan minat (*intrinsik*) maupun dorongan yang datang atas pengaruh dari luar sehingga

menimbulkan perilaku atau tindakan (*ekstrinsik*). Dorongan yang muncul baik intrinsik maupun ekstrinsik biasanya sudah membur apabila ada keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa yang diinginkan.

Kegiatan mengkonsumsi barang dan jasa pada dasarnya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Jika pembelian barang dan jasa dilakukan untuk memenuhi keinginan semata, hal ini termasuk kedalam perilaku konsumen yang irasional dan dapat menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Berdasarkan teori konsumtif Sumartono menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ini begitu dominan dikalangan remaja, karena secara psikologis remaja berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari dalam maupun luar diri. Selain itu dalam teori ini dijelaskan bahwa remaja merupakan kelompok sasaran yang potensial untuk memasarkan produk-produk industri, sebab remaja memiliki pola yang konsumtif dalam berpakaian dan berdandan serta berorientasi konsumtif karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang dianggap baru.

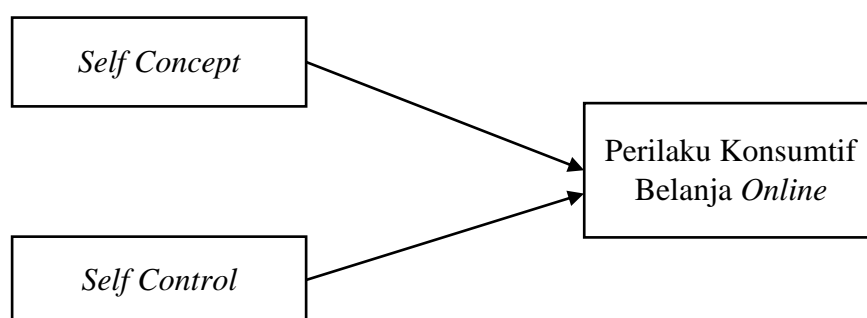
Kegiatan konsumtif yang dilakukan oleh remaja seperti mahasiswa salah satunya adalah dengan melakukan pembelian barang dan jasa *online* secara berlebihan untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti dijelaskan dalam teori konsumtif Sumartono terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, proses belajar dan pengalaman, serta kepribadian yang terdiri dari kemampuan mengendalikan tingkah laku dan kontrol diri, konsep diri, dan sikap. Faktor utama yang menentukan seseorang berperilaku konsumtif dalam belanja *online* berasal dari dalam diri sendiri. Karena berdasarkan psikologi konsumen perilaku seseorang dalam membeli atau melakukan kegiatan konsumsi digerakkan oleh jiwa dan mental diri serta keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana respon dirinya ketika melihat dan mendengar barang yang dipasarkan.

Faktor dari dalam diri diantaranya adalah konsep diri dan kontrol diri. Konsep diri yang dimiliki individu dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli serta mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif, karena cara penerimaan diri masing-masing individu akan berbeda-beda. Hal inilah yang akan mengakibatkan seseorang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri melalui berbagai

cara. Sedangkan kontrol diri berperan mengarahkan dan mengatur individu untuk menahan diri dalam berbelanja barang ataupun jasa agar terhindar dari perilaku konsumtif. Selain itu kontrol diri juga berperan untuk mendorong individu melakukan penghematan dengan cara mengurangi pembelian impulsif terhadap belanja barang atau jasa secara langsung maupun secara *online*.

Seseorang dengan konsep diri positif, akan memiliki pandangan baik terhadap dirinya, dan pemenuhan kebutuhan diri dapat dilakukan secara bijak. Sedangkan orang yang memiliki konsep diri negatif akan memiliki pandangan buruk terhadap dirinya sendiri, sehingga dia akan berusaha untuk senantiasa memenuhi kebutuhan dirinya untuk terlihat menarik dalam pandangan orang lain, hal inilah yang dapat mengakibatkan timbulnya perilaku konsumtif. Selain itu, seseorang dengan kontrol diri yang baik, akan berperilaku bijak dalam berbelanja, mampu mengontrol keputusan pembelian serta dapat menahan hasrat dari pembelian barang atau jasa yang berlebihan. Individu dengan *self concept* dan *self control* yang baik diharapkan mampu untuk mengatur keuangan dan membelanjakannya sesuai dengan kebutuhan serta lebih percaya diri dengan penampilan agar tidak terjerumus kedalam perilaku konsumtif dalam belanja *online*.

Berdasarkan uraian di atas, kerangka berpikir pada penelitian ini disajikan pada gambar 2.1 sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Sugiyono (2017:99) menyatakan bahwa “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berpikir, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Hipotesis ke-1

H<sub>0</sub> : *Self concept* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa FKIP Universitas Siliwangi

H<sub>a</sub> : *Self concept* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa FKIP Universitas Siliwangi

### Hipotesis ke-2

H<sub>0</sub> : *Self control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa FKIP Universitas Siliwangi

H<sub>a</sub> : *Self control* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa FKIP Universitas Siliwangi

### Hipotesis ke-3

H<sub>0</sub> : *Self concept* dan *Self control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa FKIP Universitas Siliwangi

H<sub>a</sub> : *Self concept* dan *Self control* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa FKIP Universitas Siliwangi