

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia mode pakaian di Indonesia beberapa dekade ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, bahkan menjadi sorotan publik karena dianggap sebagai ladang yang potensial untuk berbisnis. Mode pakaian kini sudah menjadi topik pembicaraan sehari-hari, apalagi tampil modis sepertinya sudah menjadi sebuah keharusan bagi sebagian orang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mode adalah ragam (cara, bentuk) terbaru pada suatu waktu tertentu, baik tentang pakaian, rambut, corak hiasan, dan sebagainya (www.kbbi.web.id). Berdasarkan definisi tersebut maka dapat dimengerti bahwa sebuah mode pakaian yang digemari pada bulan ini akan dikatakan ketinggalan jaman pada beberapa bulan kemudian. Banyak individu di masyarakat, baik wanita maupun pria seolah-olah kecanduan akan mode pakaian terbaru. Mereka menganggap mode pakaian sebagai suatu kebutuhan yang bukan hanya sekedar berpakaian atau berpenampilan semata, tetapi juga dianggap sebagai cara untuk mengekspresikan individualitasnya karena mode pakaian yang dikenakan oleh individu tersebut mampu mencerminkan siapa si pengguna tersebut. Selain itu, individu yang berpenampilan modis secara tidak langsung menunjukkan bahwa dirinya sebagai individu yang memiliki gaya hidup modern dan selalu mengikuti tren yang ada.

Gaya hidup tersebut membantu individu menentukan sikap dan nilai-nilai serta menunjukkan status sosialnya.

Berbicara mengenai mode pakaian biasanya identik dengan penampilan, dan juga wanita. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila para wanita terlihat seperti saling berlomba dengan cara yang inspiratif untuk dapat tampil lebih modis. Mereka menyerasikan mode pakaian dengan aksesoris pendukung seperti sepatu, tas, sandal, kalung, jam, gelang, dan lain sebagainya sesuai dengan tren mode terkini yang semakin hari semakin banyak pilihannya. Salah satu mode pakaian yang sedang diminati saat ini ialah mode pakaian ala Korea. Tidak dapat dipungkiri bahwa akhir-akhir ini segala macam persoalan tentang Korea memang tengah mendunia, baik persoalan yang berkaitan dengan musiknya (*boyband/girlband*), filmnya, ataupun tren mode pakaian, dan tren make up-nya. Gaya ala Korea atau biasa disebut dengan *Hallyu* ini pada awalnya hanya berkembang di negaranya saja, tepatnya di Seoul. Namun seiring perkembangannya ke berbagai belahan dunia, *Hallyu* kini semakin banyak diminati, termasuk di Indonesia yang penyebarannya sendiri bermula di kota-kota besar di Indonesia, seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, dan kini hampir merata di seluruh wilayah Indonesia. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila banyak sekali masyarakat Indonesia saat ini yang menggunakan mode pakaian ala Korea dalam segala aktivitasnya, karena mode pakaiannya yang simple, nyaman digunakan, elegan, keren, unik, dan tidak monoton, serta memiliki perpaduan warna yang cantik dan cerah sehingga akan membuat pemakainya terlihat lebih modis dan keren layaknya idola K-pop sehingga sangat cocok untuk menunjang

pergaulan. Bandar Lampung sebagai salah satu kota transit yang menghubungkan pulau Jawa dengan pulau Sumatera tidak luput dari dampak adanya penyebaran *Hallyu* ini. Butik-butik dan pusat perbelanjaan, baik tradisional, moderen, maupun online pun banyak yang menyediakan pakaian dan aksesoris khas gaya *Hallyu* sehingga tidak mengherankan apabila kini minat konsumen dalam berbelanja semakin berkembang pesat.

Pesatnya pertumbuhan mode pakaian ini tidak luput dipengaruhi oleh meningkatnya aktivitas belanja dari masyarakat yang ditandai dengan meningkatnya jumlah pusat perbelanjaan, seperti *department store*, butik, atau toko, sehingga mereka berupaya dengan berbagai strateginya untuk dapat menarik konsumen agar berkunjung dan berbelanja ke pusat perbelanjaan mereka. Berbelanja merupakan aktivitas rutin dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat berbagai alasan seseorang tergerak untuk berbelanja, diantaranya untuk memenuhi kebutuhan hidup, untuk mengisi waktu luang, untuk refreshing, atau sekedar untuk mengusir kejenuhan. Aktivitas berbelanja yang demikian ini adalah hal yang wajar. Namun aktivitas berbelanja akan menjadi hal yang tidak wajar ketika dilakukan secara berlebihan dan tanpa perencanaan sebelumnya. Pembelian yang dilakukan secara berlebihan tersebut disebut sebagai pembelian kompulsif.

Solomon (2002, dalam Kurniawan dan Suparna, 2012 : 1687) mengungkapkan bahwa pembelian kompulsif adalah proses pembelian yang dilakukan oleh seseorang secara berlebihan dan sering atau dalam jangka waktu yang lama dan berulang yang diakibatkan oleh rasa ketagihan, tertekan, atau rasa bosan, serta

merupakan bagian dari pembelian impulsif. Seseorang yang cenderung melakukan pembelian kompulsif secara tiba-tiba tanpa direncanakan, dilakukan secara berulang-ulang, dan merasa ketagihan biasanya dilakukan untuk menghilangkan kekhawatiran diri, menghilangkan stress, dan untuk mendapatkan kepuasan sesaat, atau untuk menonjolkan karakteristik pribadinya karena aktivitas berbelanja kini bukan lagi sekedar untuk mendapatkan produk yang diinginkan atau dibutuhkan saja, tetapi juga menjadi suatu aktivitas yang dilakukan untuk memuaskan motif-motif sosial dan personal. Penelitian yang dilakukan oleh Dittmar dkk (2002, dalam Ergin, 2010: 334) menunjukkan bahwa perilaku pembelian kompulsif biasanya terjadi pada produk-produk yang bersifat *consumer goods*, seperti pakaian dan produk lainnya yang dapat menunjang penampilan seseorang. Selain itu, dalam penelitiannya ditemukan pula bahwa perilaku pembelian kompulsif ini rata-rata 90% dimiliki oleh konsumen wanita karena aktivitas berbelanja semacam ini sangat erat kaitannya dengan masalah emosional dan identitas seseorang yang lebih didominasi oleh konsumen wanita dari pada konsumen pria. Dan pembelian kompulsif ini cenderung melanda masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan yang notabene mayoritas masyarakatnya memiliki gaya hidup konsumtif (Diba, 2014: 314).

Gaya hidup merupakan pola hidup yang menentukan bagaimana seseorang memilih untuk menggunakan waktu, uang, dan energi dalam merefleksikan nilai-nilai, rasa, dan kesukaannya. Jadi gaya hidup ini menggambarkan bagaimana seseorang menjalankan konsep dirinya, bagaimana seseorang menggunakan uangnya, dan bagaimana seseorang itu mengalokasikan waktunya (Sumarwan,

2003: 56). Gaya hidup yang diinginkan oleh seseorang akan mempengaruhi perilaku pembelian yang ada di dalam dirinya sehingga lambat laun akan mempengaruhi bahkan mengubah gaya hidup seseorang tersebut. Jadi gaya hidup dapat menjadikan seseorang berperilaku kompulsif demi menunjang status sosial dirinya dalam lingkungannya.

Bagian dari pola hidup yang kompulsif salah satunya adalah kontrol diri. Seperti yang diungkapkan oleh Kurniawan dan Suparna (2012 : 1686) bahwa salah satu faktor yang dapat menyebabkan seseorang berperilaku kompulsif adalah karena rendahnya kontrol diri sehingga kurang bijak dalam mempergunakan uangnya. Lemahnya kontrol diri ini membuat seseorang mudah tergiur dengan suatu objek (www.kompasiana.com). Perilaku kompulsif tidak hanya berdampak pada ekonomi saja, namun berdampak pula pada kehidupan sosial yang akhirnya menimbulkan persaingan dan kecemburuan sosial. Sikap inilah yang mendorong setiap kalangan tanpa memandang status ekonomi bersaing untuk menunjukkan harga dirinya. Seseorang yang memiliki kontrol diri yang rendah cenderung tidak mampu mengalihkan perhatiannya untuk memiliki produk baru (Hirschman, 1992 dalam Naomi dan Mayasari, 2009 : 1).

Kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengendalikan dirinya dari tindakan yang impulsif dan hanya mengikuti emosi sesaat karena seseorang yang memiliki kontrol diri yang rendah sering mengalami kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka sehingga kontrol diri perlu dimiliki seseorang ketika menghadapi situasi pembelian yang bersifat impulsif

maupun kompulsif (Gottfredson dan hirchi, 2013 dalam Shohibullana, 2014: 49 ; Naomi dan Mayasari, 2009 : 3). Penelitian yang dilakukan oleh Naomi dan Mayasari (2009) serta Utami dan Sumaryono (2008, dalam Kurniawan dan Suparna, 2012: 1688) menunjukkan bahwa individu dengan kontrol diri yang rendah akan menyebabkan individu tersebut sering melakukan pembelian kompulsif. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi kontrol diri seseorang, maka kemungkinan terjadinya pembelian kompulsif akan semakin rendah. Spector (dalam Santosa, 2012 : 8) menyatakan bahwa kontrol diri adalah variabel kognitif yang mewakili keyakinan umum individu pada kemampuannya untuk mengontrol penguatan positif serta negatif dalam kehidupannya. Oleh karena itu, orientasi kontrol diri merupakan ukuran bagaimana seseorang memandang hubungan antara pengaruh internal dalam dirinya ataupun kekuatan eksternal disekitarnya tergantung pada tindakan dan hasil dari perbuatan yang dilakukannya apakah tindakannya tersebut dapat dikendalikan ataupun tidak. Dapat dikatakan bahwa dengan adanya kontrol diri pada seseorang dapat meminimalisir resiko dan dapat menjadi penentu nasib seseorang yang diterima kedepannya. Dalam penelitian ini, kontrol diri digunakan sebagai variabel moderating karena penentu nasib seseorang bergantung pada pengendalian dirinya yang berdasarkan pada pendapat Indriantoro (dalam Santosa, 2012 : 9) yang menyatakan bahwa kontrol diri merupakan salah satu variabel moderasi yang dapat digunakan untuk penelitian di Indonesia. Dengan adanya kontrol diri akan dapat mengurangi aktivitas konsumtif atas kepemilikan suatu barang dan dapat membedakan antara kebutuhan atau sekedar hanya keinginan terhadap konsumsi barang tersebut (Santosa, 2012 : 13). Menurut Rotter (dalam Santosa, 2012 : 13), cara pandang seseorang terhadap

suatu peristiwa apakah ia dapat atau tidak dapat mengendalikan peristiwa yang terjadi padanya. Adanya kontrol diri berperan untuk mengendalikan seseorang ketika berbelanja secara kompulsif.

Simpur Center sebagai salah satu pusat perbelanjaan pertama dan terbesar di Kota Bandar Lampung berdiri sejak tahun 2005, tepatnya terletak di Jl. Raden Intan No. 32 Tanjung Karang Pusat – Bandar Lampung, yang menggunakan konsep ONE STOP SHOPPING karena terdapat berbagai macam fasilitas komersial yang menyenangkan, seperti *Department Store*, Area Parkir, Gerai Makan, dan franchise-franchise yang cukup lengkap guna untuk memenuhi kebutuhan warga Bandar Lampung dan Sekitarnya (www.simpurcenter.com). Simpur Center memiliki 3 pintu masuk utama, yakni pintu masuk yang berada di Jl. Raden Intan, Jl. Brigjen Katamso, dan Jl. Suprpto dengan 4 lantai, dan 1 Ground Floor. Pada tingkat Ground Floor di isi oleh beragam toko Handphone & Electronics. Pada lantai 1 diisi oleh beragam toko aksesoris, toko sepatu, toko tas, dan Kid Fun. Sementara lantai 2 diisi oleh Chandra Supermarket & Department Store. Kemudian lantai 3 dan lantai 4 terdapat Area Parkir dan Area Gerai Makan (www.simpurcenter.com). Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan penulis, Simpur Center menyediakan produk-produk mode pakaian yang mengusung mode pakaian ala korea yang elegan, keren, dan menarik. Selain itu, produk pakaiannya pun selalu *up to date* tiap bulannya sehingga konsumen dapat dengan mudah mengaktualisasikan dirinya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh Gaya Hidup Terhadap**

Perilaku Pembelian Kompulsif Dengan Kontrol Diri Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Konsumen Pakaian di Simpur Center Bandar Lampung).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalahnya ialah :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif ?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif yang dimoderasi oleh kontrol diri?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku pembelian kompulsif.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku pembelian kompulsif yang dimoderasi oleh kontrol diri.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ialah :

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori perilaku konsumen, dan referensi bagi pengembangan

penelitian di kemudian hari, serta dapat menambah wawasan sehingga dapat melatih kemampuan analisis dan berfikir secara sistematis dan konseptual.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan upaya membangun hubungan yang baik dengan konsumen.