

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan belanja merupakan suatu aktifitas yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli barang dan jasa guna untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya (Renaldy 2020). Menurut astute (2013) wanita memiliki kecenderungan membeli atau berbelanja produk bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan berbelanja untuk suatu perayaan, membeli produk tanpa merencanakan terlebih dahulu dan dilakukan dengan sesering mungkin.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard. (2002), bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang maupun jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Triyaningsih (2011) di dalam penelitiannya, menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli atau menggunakan sebuah produk yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan mempunyai kecenderungan mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhannya, serta ditandai dengan adanya kemewahan atau suatu yang berlebihan yang dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik. Menurut Yuniarti, (2015) perilaku konsumtif merupakan sebuah pola pembelian yang dilakukan oleh seorang individu atas dasar

pemenuhan kebutuhan yang dilandaskan oleh faktor keinginan dibandingkan dengan hal yang benar-benar dibutuhkan dan cenderung hanya dikuasai oleh kesenangan semata dan hasrat duniawi. Menurut Sumartono & Djabar, (2002) Perilaku konsumtif yang melekat pada diri seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan atau pembelian lebih didasarkan pada faktor keinginan. Menurut Engel, dkk. (2002) bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, konsep diri, gaya hidup dan faktor eksternal meliputi kebudayaan, kelas sosial dan keluarga.

Menurut Baudrillard, (2009) kelas sosial merupakan salah satu faktor dari perilaku konsumtif. Kelas sosial yaitu pembagian anggota sosial menuju hirarki kelas status yang nyata, dimana anggotanya terdiri dari beberapa kelas yang memiliki status relatif sama dan anggota status lainnya memiliki status lebih tinggi dan rendah (Leon, Schiffman, dan Leslie 2010). Menurut Day, Rickett, dan Woolhouse, (2020) mendefinisikan kelas sosial tidak tetap atau statistik, melainkan bergeser sejalan dengan perubahan sosial, kondisi budaya, politik dan ekonomi. Simamora. (2003) menyatakan kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan tetapi diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya.

Selain kelas sosial menurut Suyasa & Fransiska, (2005) faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif salah satunya adalah gaya hidup. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang

dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler dan Keller 2012). Menurut Mohiuddin (2018) gaya hidup sendiri merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen khususnya perilaku wanita, gaya hidup merupakan kombinasi dari berbagai faktor seperti demografi, agama dan budaya. Penelitian Long-Yi dan Hsing-Yu, (2012) "*The Impact of Life Style and Money Attitude on Purchase Decision: The Moderating Effect of Marketing Stimulation, International Journal of Advance Scientific and Technical Research*" juga menjelaskan bahwa gaya hidup memiliki peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen termotivasi untuk membeli produk dalam rangka mempertahankan atau mengejar gaya hidup tertentu.

CNN Indonesia (2020) menampilkan seorang wanita bernama Chen Rui rela menyewa tim khusus hanya untuk merapikan isi lemari pakaiannya dari tumpukan barang-barang mewah miliknya. Henry (2020) menampilkan bahwa Nagita Slavina selalu mencuri perhatian warganet, kerap berpenampilan modis dan simpel yang membuat banyak orang kagum, seperti foto yang diunggah di akun instagram pribadinya Gigi menggenggam pouch bottega veneta, ditelusuri dari akun instagram @fashion_ngt harga pouch tersebut seharga 3.100 dolar AS sekitar Rp43 juta. Novanka (2021) menampilkan kebiasaan belanja wanita semakin bergeser ke perdagangan online yang di sebabkan oleh virus corona yang mengakibatkan adanya peraturan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat sehingga sulit untuk melakukan pembelian secara langsung, baik itu berbelanja di pasar ataupun di mall, perilaku konsumen ibu rumah tangga tidak bisa ditinggalkan meskipun ditetapkan adanya peraturan tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara pada hari Kamis, 28 Oktober 2021 dengan subjek yang berinisial (IS) mengutarakan bahwa wanita yang memiliki pendapatan lebih kehidupannya sering kali di selimuti oleh gengsi dalam hal memilih sesuatu, misalnya memberikan pendidikan terbaik untuk anak usia TK meskipun biaya sangatlah mahal, berbelanja ditempat yang higienis contoh Indomart, dan Alfamart, memilih barang merek atau merek yang berkualitas, dan sering kali dijumpai melakukan pembelian secara online. Perilaku tersebut dilakukan semata-mata hanya untuk meningkatkan kelas sosial dilingkungannya.

Pada hari Kamis, 28 Oktober 2021 wawancara yang kedua yakni (DW) mengemukakan bahwa wanita sering melakukan pembelian barang secara *online* di *onlineshop* karena dipengaruhi melalui penawaran yang diberikan dan iklan di media sosial serta pergaulan dengan teman, interaksi dengan orang lain dengan membicarakan tentang gaya hidup yang sedang tren dan hal-hal yang berkaitan dengan *gadget*.

Selanjutnya subjek wawancara yang terakhir pada hari Jumat, 29 Oktober 2021 yakni (IF) mengaku bahwa perilaku konsumtif terdapat pada dirinya, ia sering melakukan pembelian *online*, membeli barang-barang yang bermerek, bahkan untuk mempercantik dirinya itu memerlukan biaya yang banyak. Hal tersebut karena ia mendapatkan penghasilan tambahan sendiri, tidak menggantungkan pendapatan yang diberikan oleh suaminya. Ia menyadari bahwa perilaku tersebut adalah pemborosan untuk ibu rumah tangga yang hanya mengandalkan penghasilan dari suaminya.

Penelitian Iftikhar, Hussain, Kahn, & Liyas (2011) yang berjudul “*Social class is a myth or reality in buying behavior*” hasil peneliti menjelaskan terdapat hubungan positif antara kelas sosial dan perilaku konsumtif. Peneliti lain yang dilakukan Michic, & Culina (2006) yang berjudul “*Buying Behavior and Consumptive Social Class Versus Income*” juga terdapat hubungan positif antara kelas sosial terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian Alamanda (2018) yang berjudul “Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif” hasil penelitian menjelaskan terdapat hubungan positif antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Peneliti lain yang dilakukan Pulyadi Haryono (2014) yang berjudul “Hubungan Gaya Hidup dan konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda” juga terdapat hubungan positif antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan fenomena dan peninjauan penelitian terdahulu, diperlukan penelitian untuk menguji kesesuaian teori antara gaya hidup, kelas sosial, dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif pada wanita. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti masalah ini dengan judul “Hubungan Kelas Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Pada Wanita”.

B. Tujuan Penelitian

Peneliti ini bertujuan untuk menguji secara empirik pengaruh kelas sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada wanita.

C. Manfaat Penelitian

1. Teroritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan literatur baru serta data temuan penelitian dalam kajian psikologi khususnya psikologi industri dan sosial.

2. Praktis

a. Bagi subjek

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan mengenai pengaruh kelas sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada wanita.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil peneliti ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji bidang yang sama guna menyempurnakan hasil peneliti.