BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kontrol Diri

2.1.1.1 Pengertian Kontrol Diri

Setiap individu memiliki suatu kemampuan yang dapat membantu, mengatur dan mengarahkan perilaku, yaitu kontrol diri. Menurut Chaplin (dalam Iin Novita dan Harlina, 2008:7) Kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dan kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku Kompulsif.

Sementara Calhoun dan Acocella (dalam Ghufron dan Risnawita, 2012:637) mendefinisikan kontrol diri sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang; dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Kontrol diri juga berkaitan dengan mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan yang ada dalam dirinya. Seseorang yang memiliki kontrol diri akan mempertimbangkan segala konsekuensi yang akan terjadi sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak.

2.1.1.2 Indikator Kontrol Diri

Averill (dalam Sarafino, 1990) dan Acep (2013:22) mengungkapkan beberapa aspek yang terdapat dalam kontrol diri seseorang, antara lain :

a) Aspek kontrol perilaku *(behavioral control)*

Kemampuan mengontrol perilaku merupakan kesiapan atau terjadinya respons yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi keadaan yang tidak menyenangkan.

b) Aspek kontrol stimulus *(cognitive control)*

Kemampuan mengontrol stimulus ialah kemampuan untuk menggunakan proses dan strategi yang sudah dipikirkan untuk mengubah pengaruh stressor.

c) Aspek kontrol peristiwa *(informational control)*

Kemampuan menantisipasi peristiwa adalah kemampuan untuk mendapatkan informasi mengenai kejadian yang tidak dikehendaki, alasan peristiwa tersebut terjadi, perkiraan peristiwa selanjutnya yang akan terjadi, konsekuensi yang akan diterima terkait dengan kejadian tersebut.

d) Aspek kontrol retrospektif *(retrospection control)*

Kemampuan menilai peristiwa dari segi positif adalah keyakinan tentang apa dan siapa yang akan menyebabkan peristiwa yang penuh dengan stress setelah hal itu terjadi, kemampuan individu untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau

menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis untuk mengurangi tekanan.

e) Aspek kontrol keputusan *(decision control)*

Kemampuan mengambil keputusan adalah kemampuan individu untuk memilih hasil atau tindakan berdasarkan keyakinannya.

Selain itu, Menurut J.P. Chaplin (dalam Rahayu Ginintasasi, p.5-6) dalam self control terdapat dua dimensi, yaitu:

1) Mengendalikan Emosi

Mengendalikan emosi berarti mampu memahami atau mengenali serta mengelola emosi. Menurut Daniel Goleman, emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Senada dengan hal ini, Anthony Robbins menyebutkan bahwa emosi merupakan sinyal untuk melakukan tindakan. Menurutnya emosi bukan akibat atau sekedar respon tetapi justru sinyal untuk melakukan sesuatu.

2) Disiplin

John Maxwell mendefinisikan disiplin sebagai suatu pilihan dalam memperoleh apa yang kita inginkan dengan tidak melakukan apa yang tidak kita inginkan sekarang.

Dua hal yang sulit dilakukan seseorang:

1) Melakukan hal-hal berdasarkan urutan kepentingannya (menetapkan prioritas).

2) Secara terus menerus melakukan hal-hal tersebut berdasarkan kepentingan dengan disiplin.

2.1.2 Materialisme

2.1.2.1 Pengertian Materialisme

Materialisme adalah suatu sifat yang menganggap penting adanya kepemilikan terhadap suatu barang dalam hal menunjukkan status dan membuatnya merasa senang (Schiffman dan Kanuk, 2008:119; Mowen dalam Sun dan Wu, 2011; Ahuvia dalam Podoshen dan Andrzejewski, 2012).

Podoshen dan Andrzejweski (dalam Ni Nyoman Ayu, 2013:716) materialisme biasanya dimulai dari pengumpulan atas barang-barang diluar kebutuhan pokok. Nilai materialisme yang tinggi membuat konsumen meyakini bahwa benda material merupakan hal yang sangat penting bagi hidup mereka. Menurut Watson, seseorang yang memiliki sifat materialisme cenderung memiliki kemampuan kontrol diri yang rendah dan gemar menghabiskan uangnya dengan menikmati kegiatan belanjanya.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2009 :119) Materialisme adalah “tingkat dimana seseorang dianggap materialistis”. Materialism merupakan topik yang sering dibicarakan dalam surat kabar, majalah, dan TV dan dalam percakapan

sehari – hari diantara teman. Materialisme disebut sebagai sifat kepribadian yang membedakan antara individu yang menganggap kepemilikan barang sangat penting bagi identitas kehidupan mereka, dan orang – orang yang menganggap kepemilikan barang merupakan hal yang sekunder.

2.1.2.2 Indikator Materialisme

Para peneliti dalam Schiffman dan Kanuk (2009:119) telah menemukan hal – hal yang mendukung ciri – ciri orang yang materialis seperti sebagai berikut:

1. Mereka sangat menghargai barang – barang yang dapat diperoleh dan dipamerkan
2. Mereka sangat egosentris dan egois
3. Mereka mencari gaya hidup dengan banyak barang (misalnya, mereka ingin mempunyai berbagai "barang", bukannya gaya hidup yang teratur dan sederhana.)
4. Kebnyakan milik mereka tidak memberikan kepuasan pribadi dan kebahagiaan yang lebih besar.

Persoalan dalam materialisme konsumen adalah sebagai berikut (Kanuk, 2009:119) :

1. Sukses : tingkat dimana seseorang merasa baik, sukses, dan ingin mengesankan orang lain
2. Sentralisasi : tingkat dimana seseorang merasa menikmati aktivitas belanja dan memberikan kesenangan diri

3. Kebahagiaan : tingkat dimana seseorang merasa bahagia jika dapat membeli barang yang disukai.

Belk (1985 : 265) menyatakan bahwa materialisme dapat dijelaskan oleh skala kepemilikan (*possessiveness*), ketidakmurahan hati (*nongenerosity*) dan kecemburuan (*envy*).

Kepemilikan (*possessiveness*) adalah kecenderungan dan tendensi untuk menahan kontrol atau kepemilikan milik seseorang (Belk, 1985:265). Ketidakmurahan hati (*nongenerosity*) adalah sebuah ketidak bersediaan untuk memberikan kepemilikan untuk membagi kepemilikan dengan orang lain (Belk, 1984). Kecemburuan (*envy*) adalah sesuatu yang tidak puas dan penyakit yang muncul pada orang lain dalam kebahagiaan, kesuksesan, reputasi, atau kepemilikan atas segalanya yang diinginkan.

2.1.3 Pembelian Kompulsif

2.1.3.1 Pengertian Pembelian Kompulsif

Menurut O'Guinn dan Faber (1992 : 459) Pembelian kompulsif adalah pembelian yang kronis berulang-ulang yang menjadi respon utama dari suatu kejadian atau perasaan yang negatif" sehingga pembelian kompulsif adalah satu bentuk konsumsi yang merupakan perilaku konsumen abnormal yang dianggap sebagai sisi gelap konsumsi (Shiffman dan Kanuk, 2000 dalam Park dan Burn, 2005) karena ketidakmampuan konsumen dalam mengendalikan dorongan hati

yang kuat untuk selalu melakukan pembelian, dan terkadang mempunyai konsekuensi yang berat.

Menurut Lorrin Koran (dalam Raeni Dwi Santy, 2011:13), seorang Guru Besar Psikiatri dan Keperilakuan dari Stanford University, Pembeli kompulsif adalah konsumen yang cenderung suka membelanjakan uang untuk membeli barang meskipun barang tersebut tidak mereka butuhkan dan terkadang tidak mampu dibeli, dalam jumlah yang berlebihan (Hoyer dan MacInnis, 2001 dalam Raeni Dwi Santy, 2011:13), perilaku semacam ini disebut juga sebagai keranjingan belanja (*shopaholics*).

Menurut kutipan Horizon Surbakti (dalam e-journal uajay, 2009:14), Pembelian kompulsif merupakan proses pengulangan yang sering berlebihan dalam berbelanja yang dikarenakan oleh rasa ketagihan, tertekan atau rasa bosan (Solomon, 2002:15) dan pembelanja kompulsif adalah seseorang yang tidak dapat mengendalikan atau mengatasi dorongan untuk membeli sesuatu. Park dan Burns (2005:135).

2.1.3.2 Karakteristik Pembelian Kompulsif

Park dan Burns (2005: 135) menyatakan bahwa, biasanya pembelanja kompulsif adalah seseorang yang tidak dapat mengendalikan atau mengatasi dorongan untuk membeli sesuatu. Selanjutnya Park juga menyatakan bahwa, beberapa di antara konsumen menunjukkan pembelian secara ekstrim atau yang disebut juga pembelian kompulsif (*compulsive buying*).

"*Compulsive Consumption refers to repetitive shopping, often excessive, as an antidote to tension, anxiety, depression or boredom*" (Konsumsi kompulsif lebih kepada pembelian berulang, seringkali berlebihan, sebagai obat untuk ketegangan, kekhawatiran, depresi, atau kebosanan) (Solomon, 2007: 30).

"*Compulsive Consumption can be defined as an uncontrolled and obsessive consumption of a product or service frequently and in excessive amounts, likely to ultimately cause harm to consumer or others*."
(Konsumsi kompulsif dapat didefinisikan sebagai konsumsi yang tidak terkontrol atau obsesif terhadap produk atau jasa dimana seringkali dalam jumlah yang banyak sehingga mungkin menimbulkan kerugian bagi konsumen atau yang lainnya.) (Sheth dan Mittal, 2004: 187)

Dimensi Pembelian Kompulsif menurut Shiffman dan Kanuk dalam Raeni D. S (2011: 128) dikategorikan dalam 3 hal :

1) *Tendency to Spend*

   Yaitu suatu kecenderungan kuat bagi seseorang untuk membeli sebuah barang dan menghabiskan semua uang yang dimiliki.

2) *Reactive Aspect*

   Yaitu adanya dorongan yang tiba – tiba untuk membeli barang tanpa diikuti pemikiran yang rasional.

3) *Postpurchase Guilt*

Yaitu adanya perasaan bersalah setelah melakukan aktifitas belanja.

Pembelian Kompulsif memiliki beberapa karakteristik seperti yang dikutip dari Krueger, 1998 dan Magee, 1994 dalam Iin dan prima (2006:3) sebagai berikut:

1) Pembelian produk ditujukan bukan karena nilai guna produk;
2) Konsumen yang membeli produk secara terus-menerus tidak mempertimbangkan dampak negatif pembelian;
3) Pembelian produk yang tidak bertujuan memenuhi kebutuhan utama dalam frekuensi tinggi dapat mempengaruhi harmonisasi dalam keluarga dan lingkungan sosial;
4) Perilaku ini merupakan perilaku pembelian yang tidak dapat dikontrol oleh individu;
5) Ada dorongan yang kuat untuk mempengaruhi konsumen segara membeli produk tanpa memperhitungakan risiko, misalnya keuangan;
6) Pembelian dilakukan secara tiba-tiba tanpa mencari informasi terlebih dahulu;
7) Pembelian dilakukan untuk menghilangkan kekhawatiran atau ketakutan dalam diri;
8) Perilaku yang ditujukan untuk melakukan kompensasi, misalnya kurangnya perhatian keluarga.

2.1.4 Hasil Penelitian Sebelumnya

Tabel 2 . 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Iin Mayasari dan Prima Naomi (2006)	Nilai Materialisme (kesuksesan, Centrality, Happiness), Pengaruh Teman, Pengaruh Media Massa terhadap Pembelian Kompulsif	Kecenderungan pembelian kompulsif dapatdipengaruhi oleh perspektif psikologis yang dijelaskan oleh nilai materialisme dan perspektif sosialisasi yaitu pengaruh teman dan media.	Penulis menggunakan materialisme sebagai variabel X dan Pembelian Kompulsif sebagai variabel Y	Penuls tidak menggunakan variabel pengaruh teman dan media masaa sebagai variabel X
2.	Russell W. Belk (1985)	Kepemilikan, ketidakmurahan hati, dan kecemburuan terhadap Materialisme	Pada studi pertama dihasilkan bahwa kelompok konsumen dari institut religius memiliki tingkat materialisme paling rendah. Studi kedua, membuktikan bahwa generasi tua lebih rendah dalam hal materialisme dan generasi muda memiliki tingkat materialisme yang lebih tinggi.	Penulis menggunakan variabel Materilisme sebagai variabel X	Penulis tidak menggunakan variabel kepemilikan, kecemburuan dan ketidakmurahan hati sebagai faktor yang mempengaruhi materialisme
3.	Rini Kartika Sari	Pengaruh Kontrol Diri, Motivasi, dan Materialisme terhadap Pembelian Kompulsif (Survei Pada Mahasiswa konsumen Universitas Muhammadiyah Purworejo)	variabel kontrol diri, motivasi dan materialisme berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian kompulsif. Variabel kontrol diri merupakan variabel yang paling besar mempengaruhi pembelian kompulsif.	Penulis menggunakan Kontrol Diri, Materialisme, sebagai variabel X dan Pembelian Kompulsif sebagai variabel Y	Penulis tidak menggunakan variabel motivasi sebagai variabel dependen yang mempengaruhi variabel independen.
4.	Acep Gunaefi (2013)	Pengaruh kontrol diri dan diskon terhadap pembelian impulsif pada NEPS clothing Bandung	Variabel kontrol diri berpengaruh negatif tehadap pembelian impulsif. Sementara variabel diskon berpengaruh posiitif terhadap pembelian impulsif	Penulis menggunakan varibel kontrol diri sebagai variabel X	Penulis tidak menggunakan variabel diskon dan pembelian impulsif sebagai variabel X dan Y
5.	Fika Ariani Utami & Sumaryono (2008)	Pembelian impulsif ditinjau dari kontrol diri dan jenis kelamin pada remaja	Pembeli kehilangan kontrol diri terhaap perilaku mereka dan terjadi pembelian impulsif	Penulis menjadikan kontrol diri sebagai variabel X	Penulis tidak menggunakan variabel pembelian impulsif sebagai

					variabel Y dan jenis kelamin sebagai dummy variabel
6.	AL Bevan –Dye *, A Garnett and N de Kler (2011)	*Materialism, status consumption and consumer ethnocentrism amongst black generation Y students in South Africa*	Adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara materialisme dan status konsumsi seiring dengan pertumbuhan genearasi pelajar Y di Afrika Selatan	Penulis menjadikan variable materialisme sebagai faktor yang mempengaruhi proses pembelian	Penulis tidak menggunakan *consumer ethnocentrism* sebagai faktor yang mempengaruhi status konsumsi

Sumber : diolah dari berbagai sumber (2015)

2.1.5 Kerangka Pemikiran

Salah satu keinginan terbesar manusia adalah diberikan kecukupan terhadap apa yang diinginkannya. Artinya konsumen yang akan membeli barang baik itu yang sifatnya *shopping goods* ataupun *speciality goods* bisa memberikan kebahagiaan untuk kehidupannya.

Kontrol diri merupakan salah satu trait yang dilakukan oleh konsumen baik itu sebelum melakukan pembelian, ketika melakukan pembelian, dan memperkirakan apa yang akan terjadi setelah melakukan pembelian tersebut, sehingga dapat dipandang bahwa orang yang sanggup mengontrol dirinya sanggup pula menyesuaikan apa yang dibutuhkan dan yang tidak. Dalam halnya seseorang sanggup mengontrol dirinya, Averill dalam Acep (2013:39) memberikan 5 indikator, diantaranya kemampuan mengontrol perilaku, (b) kemampuan mengontrol stimulus, (c) kemampuan mengantisipasi peristiwa, (d) kemampuan menafsirkan peristiwa, (e) kemampuan dalam mengambil keputusan.

Seseorang memiliki kontrol diri dalam proses pembelanjaannya, apabila ia memiliki kontrol diri yang baik maka dia tidak akan terpengaruhi oleh faktor apapun dalam proses pembeliannya. Apabila seseorang memiliki kontrol diri yang rendah maka orang tersebut terpengaruhi oleh faktor eksternal untuk membeli produk yang ada di sekitarnya. Selain itu, trait lainnya yang mempengaruhi proses pembelian seorang individu adalah sifat materialismenya. Banyak ciri – ciri yang menggambarkan orang-orang yang materialis, diantaranya (a) mereka sangat menghargai barang-barang yang dapat diperoleh dan dapat dipamerkan, (b) mereka sangat egosentris dan egois, (c) mereka mencari gaya hidup dengan memiliki banyak barang , bukannya gaya hidup yang teratur dan sederhana, (d) kebanyakan dari apa yang mereka miliki tidak memberikan kepuasan dan pribadi dan kebahagiaan yang lebih besar.

Menurut penelitian Dittmar, orang yang materialis adalah calon kuat pembeli kompulsif. Salah satu yang bisa mengaitkan diantra sifat materialisme dan pembelian kompulsif adalah kecenderungan untuk memperbaiki suasana hati dan rendahnya tingkat harga diri dan penerimaan sosial apabila individu tidak bisa membeli barang yang sedang *trend* misalnya. Kebanyakan pembeli kompulsif justru banyak ditemukan pada produk sepatu, pakaian, dan asesoris.

Selanjutnya pembelian kompulsif merupakan sifat yang abnormal dalam perilaku belanja. Para konsumen justru tidak sanggup mengendalikan diri, kecanduan, dan tindakan mereka bisa merugikan diri sendiri. Barang – barang yang dibeli cenderung tidak digunakan dan jika mereka sedang tertekan, maka

pelariannya justru pada berbelanja. Apabila sifat ini tidak dihentikan, justru kerugian yang besar akan menimpa individu tersebut.

Individu yang baik harus bisa mengontrol dirinya saat berbelanja, mengendalikan sifat materialismenya supaya tidak melakukan pembelian kompulsif.

2.2.1 Hubungan Kontrol Diri dengan Pembelian Kompulsif

Persfektif psikologis yang diangkat dalam penelitian ini salah satunya adalah faktor kontrol diri. Menurut J.P. Chaplin, *Self Control* adalah "kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri; kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku kompulsif".

Salah satu anugerah Tuhan kepada manusia adalah kesadaran diri (*self awareness*). Hal ini berarti manusia memiliki kekuatan untuk mengendalikan diri. Kesadaran diri membuat seseorang dapat sepenuhnya sadar terhadap seluruh perasaan dan emosinya. Dengan senantiasa sadar akan keberadaan diri, seseorang dapat mengendalikan emosi dan perasaannya. Dalam kaitan antara kontrol diri dan keinginan pembelian sebuah produk. Hirschman (1992) dalam Naomi dan Mayangsari (2006 : 2-8) berpendapat bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang rendah, cenderung tidak mampu mengalihkan perhatian untuk memiliki produk baru.

Rini Kartika Sari, (2009:7) dalam penelitiannya terhadap mahasiswa universitas Muhamadiyah Purworejo menyatakan bahwa setiap konsumen harus memiliki kontrol diri terutama bagi yang memiliki kecenderungan untuk mencoba hal-hal baru dengan frekuensi tinggi untuk berusaha menjadi konsumen yang hati-hati dalam menentukan pilihan pembelian. Diantara trait yang diteliti adalah variabel kontrol diri, motivasi, dan materialisme.

Berdasarkan beberapa pernyataan pakar dan penelitian sebelumnya dapat dinyatakan adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku pembelian kompulsif.

2.2.2 Hubungan Materialisme dengan Pembelian Kompulsif

Menurut Wikipedia, kata materialisme terdiri dari kata materi dan isme. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia materi adalah bahan, benda dan segala sesuatu yang tampak. Materialis adalah pengikut paham (ajaran) materialisme atau juga orang yang mementingkan kebendaan (harta, uang, dan sebagainya). Materialisme adalah pandangan hidup yang mencari dasar segala sesuatu yang termasuk kehidupan manusia di dalam alam kebendaan semata-mata dengan mengesampingkan segala sesuatu yang mengatasi alam indra.

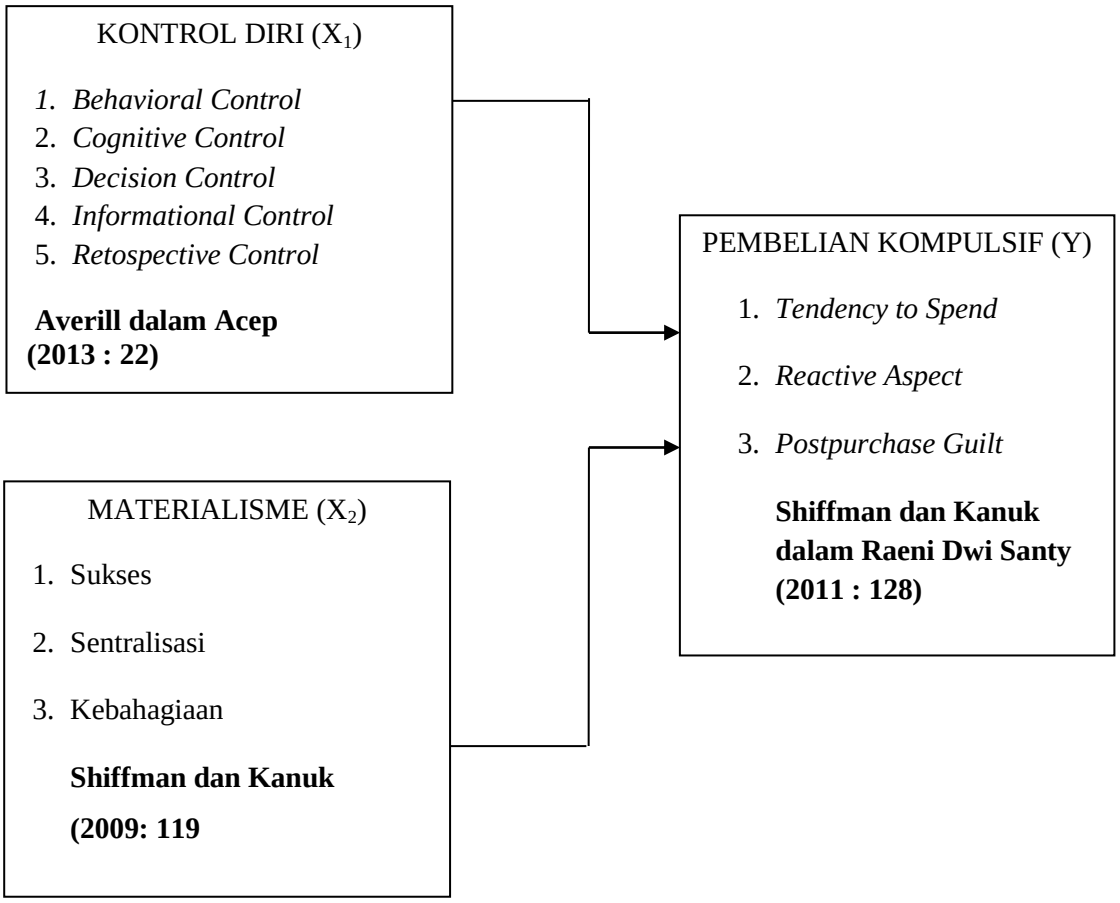
Desarbo dan Edwards dalam Tao Sun (2003) dalam Raeni (2011:112) menghubungkan beberapa sifat seperti ketergantungan, materialisme konsumen, perfeksionisme, pengingkaran, depresi, pencarian persetujuan, pencarian kesenangan, dan kurangnya pengendalian hasrat berpengaruh terhadap pembelian

kompulsif. Kwak et al (2004) mengusulkan bahwa konsumen yang menunjukan kegigihan dalam kegiatan berebelanja cenderung untuk terlibat dalam pembelian kompulsif.

Materialisme adalah salah satu trait kepribadian yang berkaitan dengan kepemilikan barang atau materi (Richin dan Dawson dalam ejournal uajay : 18). Menurut studi Dittmar (2005 : 467 - 488) menunjukkan bahwa, nilai materialisme yang dimiliki oleh individu menyebabkan seseorang memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian secara kompulsif.

Dittmar et al dalam Raeni (2011:113) menyelidiki hubungan antara kecenderungan membeli kompulsif dan pertimbangan penggunaan pembelian spesifik (misalnya harga, produk, antisipasi suasana menambah pembelian berikutnya), penggunaan barang-barang yang dibeli dalam strategi simbolis penyelsaian diri, dan jumlah yang dirasakan perbedaan diri antara kenyataan dan diri ideal yang kesemuanya merupakan ciri dari perilaku orang yang materialis.

Beberapa teori dan hasil penelitian sebelumnya dapat dijadikan sebagai dasar untuk menjelasakan adanya hubungan antara materialisme dengan perilaku pembelian kompulsif. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas maka dirumuskan paradigma mengenai pengaruh Kontrol diri dan Materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif, seperti yang terlihat pada gambar berikut



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Umi Narimawati (2010:63) definisi Hipotesis adalah sebagai berikut:

"Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna".

Menurut Sugiyono (2011: 64) hipotesis penelitian adalah:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara dimana belum teruji kebenarannya sehingga harus dilakukan pengujian terlebih dahulu.

Maka hipotesis penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

H1: Konsumen distro di Jalan Sultan Agung belum memiliki kontrol diri yang baik dalam berbelanja.

H2: Konsumen distro di Jalan Sultan Agung mempunyai sifat materialisme dalam perilaku belanjanya.

H3: Konsumen distro di Jalan Sultan Agung mempunyai sikap pembelian kompulsif dalam perilaku belanjanya.

H4: Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen distro di Jalan Sultan Agung

H5: Materialisme berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen distro di Jalan Sultan Agung.