

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini, gaya hidup menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang, khususnya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa rentan terhadap gaya hidup yang cenderung konsumtif karena mereka berada pada fase transisi dari remaja ke dewasa, dimana pencarian identitas diri dan keinginan untuk diterima dalam lingkungan sosial menjadi salah satu dorongan utama. Salah satu gaya hidup yang marak di kalangan mahasiswa adalah gaya hidup *brand minded*.

Gaya hidup *brand minded* merupakan kecenderungan untuk membeli dan mengonsumsi produk-produk tertentu berdasarkan merek atau *brand*. Gaya hidup ini seringkali dipicu oleh adanya pengaruh media massa, iklan, dan tren yang berkembang di masyarakat. Mahasiswa yang cenderung *brand minded* memiliki keinginan yang kuat untuk memiliki produk-produk bermerek tertentu, tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Disisi lain, kontrol diri juga memegang peranan penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif.

Melihat hal tersebut kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengatur dan mengendalikan perilaku, kognisi, dan emosi dalam diri mereka sendiri. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung

lebih mampu mengendalikan keinginan untuk berbelanja secara berlebihan dan lebih rasional dalam mengambil keputusan pembelian.

Fenomena yang terjadi di Universitas PGRI Madiun, khususnya pada program studi Bimbingan dan Konseling, banyak mahasiswa yang terlihat menunjukkan perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Mereka seringkali berbelanja barang-barang branded dan mengikuti tren *fashion* terbaru, meskipun barang-barang tersebut sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Sebagian mahasiswa juga terlihat sering menghabiskan uang untuk makan di restoran atau kafe yang cukup mahal, serta membeli barang-barang yang sedang viral di media sosial.

Kontrol diri yang rendah pada mahasiswa dapat menyebabkan mereka cenderung berperilaku konsumtif. Mahasiswa dengan kontrol diri yang lemah seringkali sulit menahan keinginan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Mereka cenderung impulsif dan mudah tergoda dengan tawaran-tawaran promosi atau diskon yang menarik. Disisi lain, mahasiswa dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih rasional dalam mengatur keuangan dan mengendalikan keinginan untuk berbelanja secara berlebihan.

Gaya hidup *brand minded*, di mana mahasiswa sangat memperhatikan merek dan status dari produk yang mereka beli, dapat mendorong perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup *brand minded* cenderung membeli barang-barang *branded* atau produk terkenal meskipun harganya cukup mahal, demi menunjukkan status sosial dan gaya hidup yang mereka

inginkan. Mereka juga seringkali terpengaruh oleh tren dan iklan yang mempromosikan gaya hidup mewah dan eksklusif, sehingga mendorong mereka untuk berbelanja secara berlebihan.

Mempelajari pengaruh kontrol diri dan gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, diharapkan dapat diperoleh informasi yang bermanfaat untuk mengembangkan strategi atau program yang dapat membantu mahasiswa dalam mengendalikan perilaku konsumtif mereka dan mengarahkan mereka pada pola konsumsi yang lebih bijak dan bertanggung jawab. Melihat permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh kontrol diri dan gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, batasan masalah dalam penelitian ini dapat ditetapkan sebagai berikut:

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini dibatasi pada mahasiswa aktif di Universitas PGRI Madiun, baik dari jenjang sarjana maupun pascasarjana. Pemilihan subjek penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran yang lebih spesifik tentang perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

2. Variabel Penelitian

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terbatas pada:

a) Variabel independen (bebas)

X1 = Kontrol Diri

X2 = Gaya Hidup *Brand Minded*

b) Variabel dependen (terikat)

Y = Perilaku Konsumtif

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh kontrol diri dan gaya hidup *brand minded* secara bersama sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Menganalisis pengaruh gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Menganalisis pengaruh kontrol diri dan gaya hidup *brand minded* secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis
 - a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang psikologi konsumen dan perilaku konsumtif.
 - b. Memperkaya literatur dan referensi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, terutama terkait dengan kontrol diri dan gaya hidup *brand minded*.
 - c. Menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut tentang perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa atau kelompok masyarakat lainnya.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi mahasiswa
 - 1) Memberikan pemahaman tentang pentingnya kontrol diri dan dampak gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif.
 - 2) Membantu mahasiswa untuk lebih bijak dalam mengatur perilaku konsumsi mereka.
 - 3) Mendorong mahasiswa untuk memiliki pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

b. Bagi Perguruan Tinggi dan Lembaga Pendidikan

- 1) Memberikan masukan bagi perguruan tinggi dan lembaga pendidikan dalam merancang program atau kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kontrol diri mahasiswa.
- 2) Membantu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan dalam mengatasi permasalahan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
- 3) Menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan kurikulum atau materi pembelajaran yang terkait dengan pengelolaan keuangan dan pola konsumsi yang bijak.

F. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, berikut adalah definisi operasional dari masing-masing variabel:

1. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengatur dan mengendalikan perilaku, kognisi, dan emosi dalam diri mereka sendiri. Dalam penelitian ini, kontrol diri akan diukur dengan menggunakan skala atau instrumen yang mengukur aspek-aspek seperti; disiplin diri, penundaan kepuasan, regulasi emosi, dan pengendalian dorongan.

2. Gaya Hidup *Brand Minded*

Gaya hidup *brand minded* mengacu pada kecenderungan individu untuk membeli dan mengonsumsi produk-produk

tertentu berdasarkan merek atau *brand*. Dalam penelitian ini, gaya hidup *brand minded* akan diukur dengan menggunakan skala atau instrumen yang mengukur aspek-aspek seperti; kecenderungan membeli produk berdasarkan merek terkenal, mengikuti tren dan gaya hidup yang dipromosikan oleh merek tertentu, merek sebagai simbol status sosial, loyalitas yang kuat terhadap merek tertentu.

3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada perilaku berbelanja atau mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, terutama yang didasarkan pada keinginan atau tren daripada kebutuhan yang sebenarnya. Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif akan diukur dengan menggunakan skala atau instrumen yang mengukur aspek-aspek seperti: materialisme, kepuasan diri yang rendah, kerentanan terhadap pengaruh lingkungan sosial, dan kecenderungan untuk mencari kesenangan.