

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Banyak ragam sikap dan perilaku individu dalam menjalani kehidupan ini. Ada individu yang memilih pola hidup sederhana dan ada pula individu yang menyenangi pola atau gaya hidup mewah, sekalipun kondisi yang ada tidak mendukung untuk berperilaku yang menggambarkan kemewahan. Persoalan gaya hidup seringkali membawa kepada berbagai dampak, baik bagi diri sendiri, keluarga maupun lingkungan. Gaya hidup individu itu sendiri berbeda satu dengan yang lain, meskipun dengan keluarga sendiri. Perbedaan ini didasari bahwa manusia bersifat *individual different*, dimana setiap manusia yang satu berbeda dengan yang lainnya dalam banyak hal, mulai dari segi fisik sampai pada kondisi-kondisi yang sifatnya psikologis.

Gaya hidup berhubungan dengan keinginan individu untuk dinilai oleh orang lain. Keinginan ini memicu munculnya perilaku-perilaku tertentu agar orang lain memandang dirinya sesuai dengan apa yang diharapkan, meskipun tidak jarang gaya hidup itu muncul dari dalam diri sendiri tanpa mengharapkan penilaian tertentu dari orang lain.

Gaya hidup antara individu yang satu dengan yang lain, selalu berbeda. Akibat adanya perbedaan ini, maka dalam banyak pengambilan

keputusan, termasuk dalam membeli suatu produk juga ditentukan oleh perbedaan individu yang menyangkut sikap maupun perilaku. Pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk sangat ditentukan oleh gaya hidup yang dimiliki oleh individu.

Gaya hidup itu sendiri menurut Affif (1990) biasanya akan berubah seiring dengan meningkatnya taraf hidup individu. Dengan perubahan gaya hidup itu, maka kebutuhan individu pun terhadap sesuatu produk dapat pula mengalami perubahan.

Faktor kepuasan seringkali dikaitkan dengan kebutuhan seseorang, dalam arti apakah kebutuhan itu telah terpenuhi atau belum. Demikian juga halnya dengan aktivitas konsumen dalam pembelian suatu produk, bukan hanya sekedar pemenuhan kebutuhan pokok saja, tetapi dapat juga mencari kebutuhan akan barang yang juga demi suatu kepuasan tertentu. Menurut As'ad (1991) bahwa intensitas perilaku pembelian suatu produk ditentukan oleh sikap konsumen yang umumnya kritis dalam menilai suatu produk sebelum melakukan perilaku membeli produk tersebut. Sementara itu dalam membeli suatu produk, ada saja individu yang tidak memiliki dasar tertentu bila ditinjau dari tingkat kebutuhan. Hal ini terkait dengan tipe konsumen, artinya ada konsumen yang membeli hanya sekedar untuk mendapatkan gengsi atau mendapat kepuasan sendiri setelah orang lain mengetahui bahwa dirinya mampu membeli suatu produk meskipun pada akhirnya produk yang dibeli sama sekali tidak dikonsumsi. Tipe seperti ini dinyatakan sebagai perilaku konsumtif.