

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Gaya hidup setiap individu selalu berbeda. Perbedaan ini didasari bahwa manusia bersifat pada kalimat *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. 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 sesuatu produk dapat ditentukan oleh gaya hidup yang dimiliki 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 aktifitas 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 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.

Perilaku konsumtif itu sendiri didasari oleh perilaku konsumen yang dinyatakan oleh Loudon dan Bitta (Azwar, 1998) sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan atau dapat mempergunakan barang-barang atau jasa-jasa. Namun tidak demikian halnya dengan perilaku konsumtif, seperti yang disampaikan Himam (1993) yakni sebagai paham atau gaya hidup yang mempunyai ciri utama berupa perilaku pembelian suatu barang secara berlebih-lebihan dan pembelian barang ini lebih berorientasi pada pertimbangan emosional daripada pertimbangan rasional. Jadi perilaku konsumtif disini adalah suatu pola pemenuhan kebutuhan hidup yang sifatnya lebih menekankan pada pemakaian yang berlebih dan