

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini, berbagai bidang seperti ekonomi, teknologi, industri dan lain-lain telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Adanya kemajuan ini tentunya akan memudahkan masyarakat dalam melakukan sesuatu. Misalnya, di bidang ekonomi kini masyarakat tidak lagi kesulitan dalam mencari produk atau barang yang akan dibutuhkannya. Menurut Julaela siti, Endang Herawan & Aan Anisah (2023) mengatakan bahwa Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut tenaga pendidik untuk semakin meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan. Hal tersebut mendorong pendidik untuk mencari strategi bagaimana menciptakan pembelajaran yang relevan, fleksibel, dan memenuhi standar proses. Kehidupan yang semakin modern membawa manusia pada pola perilaku yang unik, yang membedakan individu satu dengan individu yang lainnya. Pola hidup yang konsumtif sangat terlihat dari perilaku pembelian masyarakat. Robbers dan Jones dalam (Naomi dan Mayasari 2018) berpendapat bahwa “perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan perilaku berbelanja yang berlebihan telah membawa dampak buruk bagi lingkungan hidup”. Mangkunegara (2005:39) dalam jurnal (Eni dkk 2017:5) menyatakan bahwa “perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal”.

Suyasa dan Fransisca (2005:172) dalam jurnal Nesa dan Sri (2014:11) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi. Barbarossa dan Pelsmacker (2016) dalam Putri Dian Permana, Aan Anisah, Yopi Nisa Febianti Yuniningsih, (2019) menunjukkan bahwa konsumen yang memperlihatkan sikap yang positif terhadap isu-isu lingkungan, akan memiliki perilaku konsumsi yang mengarah pada kesadaran lingkungan.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasari atas pertimbangan rasional. “Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan” (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Pola hidup yang konsumtif sangat terlihat dari perilaku pembelian masyarakat, salah satunya ialah kaum remaja. Pada masa remaja, akan cenderung menyukai berbagai hal baru yang cukup menantang bagi dirinya, hal tersebut dikarenakan remaja berupaya untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas dirinya. Konsumen membeli barang-barang ataupun jasa yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Dengan adanya fenomena tersebut, remaja cenderung untuk lebih memilih hidup yang mewah, enak, dan serba berkecukupan tanpa harus bekerja keras. Perilaku konsumen merupakan suatu proses memahami konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian baik mulai dari membeli hingga pada akhirnya mengevaluasi produk yang dikonsumsinya. Perilaku konsumtif pada remaja ini sudah tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, hal tersebut bisa dilihat dari karakteristik perilaku konsumtif mereka.

Dengan demikian alasan perilaku konsumtif pada Mahasiswa harus diteliti, karena mahasiswa mempunyai konsep sendiri mengenai pemakaian dan setiap mahasiswa selalu mencari informasi di berbagai media. Banyaknya iklan yang mendorong mahasiswi untuk hidup konsumtif. Sehingga, Mahasiswa melakukan pembelian secara berlebihan yang mengakibatkan terjadinya gejala perilaku membeli yang tidak wajar pada Mahasiswa. Hal itu mereka lakukan agar terlihat menarik dengan menggunakan busana dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Memakai pakaian atau busana dengan trend masa kini ketika akan melaksanakan perjalanan menuju kampus merupakan hal yang sering terjadi dan dianggap salah satu bentuk status di kalangan mahasiswa sehingga kampus bukan lagi dijadikan sebagai tempat mencari ilmu melainkan dijadikan sebagai tempat yang dapat memperlihatkan keberadaan diri sehingga dapat memicu akan perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa

tersebut. Perilaku konsumsi Mahasiswa didukung oleh pendapat M. Hasan dkk (2021) yang menyatakan bahwa sebagai berikut :

Tabel1.1 Persentase Faktor Gaya Hidup

Pernyataan	SS	S	KS	TS
	%	%	%	%
Perkembangan fashion yang lagi trend		70		30
Ingin tampil modis		70		30
Produk fashion yang terbatas		62,45		37,14
Saya boros dalam berbelanja		74,29		25,71
“Beli sekarang” mendeskripsikan diri saya saat berbelanja produk fashion		80		20
Total rata-rata		71,42		28,57

Dalam faktor gaya hidup terhadap pembelian produk fashion didapatkan hasil tanggapan responden bahwa mahasiswa lebih dominan yang menjawab setuju yaitu sebesar 71,42% dan yang tidak setuju hanya 28,57%. Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa membeli produk fashion mengikuti perkembangan mode saat ini, hal ini mereka lakukan agar penampilan mereka tidak ketinggalan zaman, mereka juga membeli produk fasion yang bermerek agar mereka tampil beda dengan yang lainnya. Di sisi lain berdasarkan penelitian dari Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas (2013) mengatakan bahwa perilaku konsumsi Mahasiswa digambarkan pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

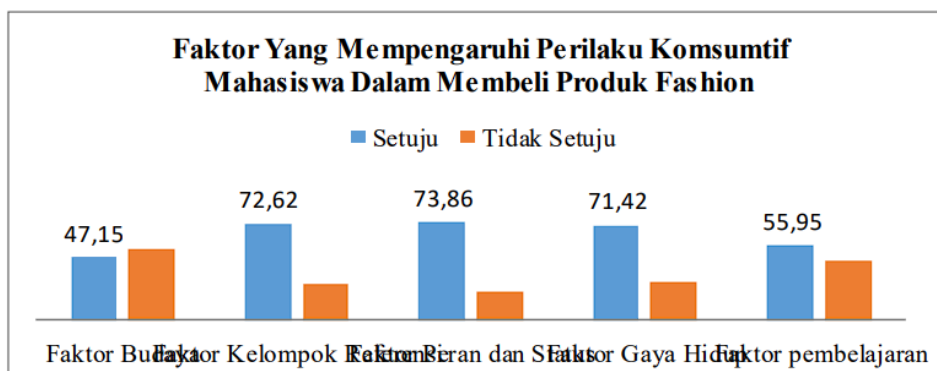
Tabel1.2 Pembelian Handphone Blackberry

Atribut	keyakinan normatif	Motivasi	Total SN
Iklan	0, 13	0, 57	0, 07
Teman	0, 34	0, 23	0, 08
Penjual	0, 33	0, 56	0, 18

Total 0,34

Dari tabel 1.2, maka dapat dilihat bahwa pada Keyakinan Normatif Teman (0,34) adalah yang paling tinggi dalam menyarankan konsumen untuk membeli Handphone Blackberry lalu diikuti dengan Penjual (0,33) dan Iklan (0,13). Sedangkan pada Motivasi dapat dilihat bahwa Iklan (0,57) menempati nilai tertinggi dalam mempengaruhi atau memberi motivasi kepada konsumen untuk membeli handphone blackberry lalu diikuti oleh Penjual (0,56) dan kemudian Teman (0,23). Berdasarkan tabel di atas juga dapat dilihat nilai Normative Subyektif adalah 0,34 yang berarti konsumen tetap menggunakan Handphone Blackberry atau akan mereferensikan kepada orang lain. Nilai Normative Subyektif yang paling tinggi adalah Tenaga penjual dengan nilai 0,18. Yang artinya faktor eksternal yang paling mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian adalah dari Tenaga Penjual. Adapun grafik faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi, berdasarkan hasil penelitian dari M. Hasan dkk (2021) yang menyatakan bahwa sebagai berikut:

Grafik 1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Membeli Produk Fashion



Sumber : M. Hasan dkk (2021)

Berdasarkan grafik 1.1 dapat disimpulkan bahwa faktor peran dan status, kelompok referensi, dan faktor gaya hidup yang lebih dominan yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli produk fashion. Di mana faktor peran dan status memiliki presentase sebesar 73,86%, faktor kelompok referensi

memiliki presentase sebesar 72,62%, dan faktor gaya hidup memiliki presentase sebesar 71,42%. Hal ini sejalan dengan pendapat Sari (2018) pola konsumsi seseorang sangat besar dipengaruhi oleh gaya hidup yang ingin terlibat lebih menonjol atau mengikuti trend sehingga mereka akan berperilaku tidak rasional dalam berkonsumsi.

Berdasarkan penjelasan tabel 1.1, 1.2 dan grafik 1.1 bisa kita lihat bahwa Mahasiswa kecenderungan memiliki sifat perilaku konsumtif karena Mahasiswa ingin terlihat memakai pakaian atau busana dengan trend masa kini ketika akan melaksanakan perjalanan menuju kampus merupakan hal yang sering terjadi dan dianggap salah satu bentuk status di kalangan Mahasiswa sehingga kampus bukan lagi dijadikan sebagai tempat mencari ilmu melainkan dijadikan sebagai tempat yang dapat memperlihatkan keberadaan diri sehingga dapat memicu akan perilaku konsumtif pada kalangan Mahasiswa.

Dikutip dari artikel Vivalife (2013), “hasil survei dari GE Money pada 2006 mengungkap, wanita mampu menghabiskan rata-rata 25.184 jam dan 53 menit selama periode 63 tahun. Survei dilakukan terhadap 3.000 wanita yang rata-rata melakukan aktivitas belanja sebanyak 301 kali per tahun, dengan total 399 jam dan 46 menit. Survei juga menunjukkan bahwa wanita dapat menghabiskan lebih dari satu jam untuk belanja makanan. Dengan rata-rata 84 kali perjalanan ke restoran per tahun, menghabiskan 94 jam dan 55 menit. Berburu dan menawar pakaian terbaru, mereka bisa menghabiskan 100 jam dan 48 menit. Jajak pendapat juga menunjukkan bahwa wanita melakukan *window shopping* setidaknya 51 kali dalam setahun. Menghabiskan 48 jam dan 51 menit hanya untuk mencari barang yang hendak dibeli pada kunjungan berikutnya”.

Perilaku konsumtif dalam *fashion* Mahasiswa, tidak bisa kita pungkiri di mana lingkungan yang memiliki pengaruh besar nantinya akan menampilkan fashion yang kemudian ditiru oleh mahasiswa lainnya. Jika hal ini dibiarkan saja maka akan mengakibatkan pemborosan, perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna pemborosan yang dampak negatifnya bagi

kehidupan remaja. Syafaati, Lestari, dan Asyanti, (2008) menyatakan bahwa “mayoritas pelaku hedonis adalah para generasi muda yang memiliki status sosial-ekonomi menengah ke atas. Ini terlihat dari kebutuhan-kebutuhan material (finansial) yang menopang aktivitas individu yang hedonis yang jelas membutuhkan dana ekstra”. Mulai dari pemilihan pakaian yang bermerek, properti, dan kendaraan, dengan fasilitas dukungan finansial dari orangtua yang mencukupi namun kurang disertai dengan perhatian secara psikologis, mengakibatkan remaja mencari sumber kedekatan psikologis lain dari komunitas yang dimilikinya.

Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Bergaya telah menjadi ciri khas masyarakat modern di Era 21 dalam menunjukkan *eksistensinya* bagian dari masyarakat yang terkini. Gaya hidup negatif yang muncul akibat *modernisasi* dan perubahan nilai yaitu gaya hidup hedonis. Kehidupan Mahasiswa cenderung mengikuti gaya hidup hedonis, gaya hidup ini merupakan pola perilaku yang dapat ditemukan melalui tindakan, ketertarikan dan opini yang mengutamakan pada pemuasan kebutuhan materi untuk mencapai kesenangan hidup. Motivasi hedonis tumbuh karena adanya kebutuhan yang bersifat psikis seperti rasa ingin puas, gengsi, emosi. Sudiantara (2003) dalam jurnal Fatia dan Endang (2015) mengatakan bahwa “hedonisme adalah suatu paham atau aliran yang memiliki anggapan bahwa hanya ada satu hal yang paling baik bagi manusia, yaitu kesenangan atau kenikmatan”.

Amstrong (2003 : 15) dalam jurnal Trimartati (2014 : 22) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Dampak dari gaya hidup hedonisme pada Mahasiswa mengerucut pada tiga hal yaitu, penurunan motivasi dan prestasi belajar mahasiswa, perubahan pola hidup menjadi materialistis, serta perubahan pola pikir menjadi pragmatis dan acuh tak acuh.

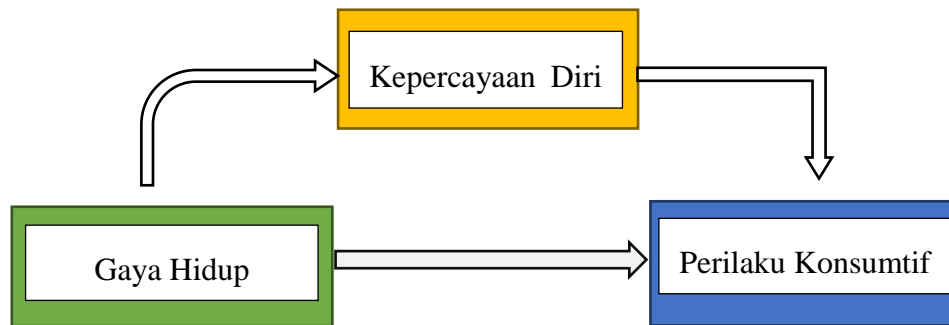
Menurut Monks, Knoers, & Haditono, (2003) dalam jurnal Liana Sein & Rosatyani (2022:481) “Gaya hidup hedonis yang dialami remaja

dikarenakan adanya suatu keinginan berpenampilan menarik, gaya tingkah laku, sikap yang diperlihatkan untuk menarik perhatian orang di sekitar Gaya hidup hedonis adalah pola hidup seseorang yang diwujudkan dalam suatu perilaku yang mengutamakan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama hidup”.

Salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis adalah konsep diri. Perilaku gaya hidup hedonisme yang tampak di kalangan mahasiswa saat ini, di samping adanya perubahan dari kehidupan masyarakat *modern*, diyakini pula adanya perubahan pada proses perkembangan individu. Hal ini ditandai dengan keinginan untuk mandiri dan mencari konsep diri. Mahasiswa sangat antusias dengan hal-hal baru, gaya hidup hedonisme ini dianggap menarik, mengingat gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif ini memiliki daya tarik yang besar terhadap kehidupan mahasiswa. Fenomena ini banyak terjadi di lingkungan Mahasiswa FPS UGJ untuk dapat meningkatkan kepercayaan diri.

Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus berkembang, dikarenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, salah satunya adalah gaya hidup. Bagi sebagian orang gaya hidup merupakan suatu hal yang penting karena dianggap sebagai sebuah bentuk ekspresi diri. Kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Percaya diri (*self confidence*) adalah keyakinan seseorang akan kemampuan yang dimiliki untuk melakukan sesuatu atau menunjukkan penampilan tertentu (Inge Pudjiastuti A, 2012: 40). Rasa percaya diri tidak muncul begitu saja pada diri seseorang, ada proses tertentu di dalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri. Kepribadian individu berpengaruh terhadap kualitas hidup seseorang. Kepribadian tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan semisal lingkungan tempat tinggal, lingkungan kampus, maupun lingkungan di dalam masyarakat. Kepribadian seseorang juga dapat disebabkan oleh perkembangan teknologi yang

semakin pesat sehingga menimbulkan dampak globalisasi informasi, mode, serta menjamurnya berbagai macam perang media massa dan elektronik yang mengakibatkan perubahan serta pola atau gaya hidup masyarakat.



Gambar 1.1 Alur Penelitian

Dari uraian gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri itu sangat penting bagi setiap individu. Kepercayaan diri adalah sebuah modal dasar seseorang dalam memenuhi berbagai kebutuhan sendiri. Menurut Andayani & Afiatin, Fitri, Zola, & Ifdil, (2018) dalam Zulfriadi & Sinta (2017:1) “Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang berfungsi untuk mendorong siswa dalam meraih kesuksesan yang terbentuk melalui proses belajar siswa dalam interaksinya dengan lingkungan”. Seseorang yang percaya diri akan merasa dirinya berharga dan mempunyai kemampuan menjalani kehidupan, mempertimbangkan berbagai pilihan dan membuat keputusan sendiri. Menurut Das Salirawati (2012:213) mengatakan bahwa “Percaya diri adalah karakter yang penting ditanamkan agar mereka menjadi generasi yang tidak mudah dipengaruhi hal-hal negatif di sekitarnya, optimis, dan tegar dalam menghadapi berbagai masalah dengan kemampuannya sendiri”. Contohnya seperti perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang merupakan gaya hidup masyarakat modern yang berfokus pada kesenangan, hura-hura, dan kenikmatan. Sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul ini karena perilaku konsumtif yang sangat tinggi di kalangan Mahasiswa Fakultas Pendidikan Sains untuk menunjang penampilannya pergi ke kampus, dan Mahasiswa tersebut dapat dikatakan sebagai hedonisme. Karena Mahasiswa Fakultas Pendidikan dan Sains gemar membeli barang-barang yang berlebihan. Fenomena tersebut menjadi proses adaptasi yang dilalui oleh sebagian

Mahasiswi dalam memenuhi kebutuhan sosialnya. Peneliti tertarik mengambil subjek pada remaja karena selain remaja cenderung belum memiliki pendirian yang cukup kuat layaknya orang dewasa. Masa remaja merupakan masa transisi yang memungkinkan remaja memiliki perilaku konsumtif karena mudahnya terpengaruh oleh lingkungannya. Pemikiran senang “mengikuti teman” sangat berkaitan dengan tekanan sosial yang didapatkan remaja agar terlihat sepadan dan diakui oleh teman-temannya dan cenderung berperilaku konsumtif (Sukarno & Indrawati, 2018). Terakhir berdasarkan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang diukur pada penelitian ini, faktor kepercayaan diri. Desain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara desain penelitian survei. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik survey menggunakan kuesioner, bentuk kuesioner ini yaitu melalui google form.

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Bagi remaja, memiliki gaya hidup dengan mengikuti trend masa kini merupakan cara yang paling tepat agar termasuk dalam kehidupan kelompok sosial yang diinginkan seperti menjaga penampilan mereka agar selalu tampil menarik di hadapan orang lain dan mendapat pengakuan di lingkungan sekitarnya terutama kelompok teman sebayanya. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu (Hasibuan, 2010), menyatakan bahwa “dengan remaja membeli suatu produk terbaru membuat remaja memiliki ekspektasi bahwa produk yang dibeli tersebut dapat meningkatkan gengsi mereka di depan teman-teman mereka atau kelompok teman sebaya”. Sebagian remaja juga belum memiliki pendapatan atau penghasilan tetap secara mandiri dan terkadang masih kesulitan dalam mengelola keuangannya dengan baik. Sehingga kebiasaan membeli secara konsumtif tersebut bisa membuat bengkaknya pengeluaran remaja. Tinggi maupun rendahnya perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya gaya hidup hedonis. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa secara bersamaan individu yang memiliki gaya hidup hedonis tinggi dan kepercayaan diri yang rendah akan memunculkan perilaku konsumtif

karena ketika individu ingin menjadi pusat perhatian individu tidak dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan, individu tidak percaya diri ketika berada di lingkungan sebaya atau kelompok, supaya dapat diterima dan diakui kelompok individu menjadi pribadi yang lebih boros untuk membeli barang-barang yang bermerek, barang-barang yang kekinian.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efek mediasi terhadap hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Peneliti memilih penelitian survei di kalangan mahasiswa karena peneliti menemukan permasalahan dalam perilaku konsumtif. Responden adalah mahasiswa FPS UGJ Angkatan 2019 yang sudah memiliki pengetahuan tentang keuangan tetapi masih saja terjadi permasalahan mengenai hal keuangan, dimana masih memilih memenuhi keinginan dibandingkan dengan kebutuhan.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran deskriptif gaya hidup hedonis, kepercayaan diri dan perilaku konsumtif Mahasiswa FPS UGJ?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FPS UGJ?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan diri terhadap gaya hidup hedonis Mahasiswa FPS UGJ?
4. Apakah kepercayaan diri memediasi pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FPS UGJ?

1.4 Tujuan Penelitian

2. Mengetahui gambaran gaya hidup hedonis, kepercayaan diri dan perilaku konsumtif Mahasiswa FPS UGJ
3. Mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis mahasiswa FPS UGJ
4. Mengetahui pengaruh perilaku konsumtif FPS UGJ.
5. Mengetahui kepercayaan diri memediasi pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FPS UGJ.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat berikut ini:

1.1.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia keilmuan Antropologi khususnya mengenai wawasan konsumtif, gaya hidup hedonis dan kepercayaan diri Mahasiswa FPS UGJ dalam pemilihan pembelian barang. Penelitian ini dapat menambah kepustakaan informasi mengenai perilaku konsumtif, gaya hidup hedonis dan kepercayaan diri mahasiswa dalam membeli barang.

1.1.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, sebagai masukan kepada masyarakat umum, khususnya bagi mahasiswa untuk memanfaatkan pembelian suatu barang dan sesuai dengan kebutuhan yang ada, agar senantiasa terbebas dari adanya perilaku konsumtif yakni perilaku membeli barang yang berlebih-lebihan. Hal ini menimbulkan gaya hidup yang hedonis sehingga dapat menimbulkan kepercayaan diri Mahasiswa untuk pergi ke kampus. Dan untuk selalu mengutamakan pertimbangan kebutuhan dalam pembelian produk tersebut, agar terhindar dari perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis yang memiliki kesan membuang uang.

1.6 Konsep Variabel Penelitian

1.6.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. Lebih lanjut, perilaku konsumtif juga diartikan sebagai tindakan memakai suatu produk secara tidak tuntas. Dengan demikian, perilaku konsumsi mereka dalam membeli sesuatu harus dengan pertimbangan dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

1.6.2 Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang dikenal sebagai trend di kalangan remaja saat ini. Daya pikat gaya hidup hedonis tentunya sangat menarik bagi remaja sehingga munculah fenomena baru akibat adanya paham ini. Zahrin (2015) menunjukkan “bahwa remaja dengan gaya hidup

hedonis, modern, dan konsumtif cenderung membeli dan menggunakan barang-barang yang mahal, mewah, dan branded”.

1.6.3 Kepercayaan Diri

Rasa percaya diri yaitu suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya (Thursan Hakim, 2005: 6). Definisi ini didukung dengan pendapat Peter Lauter (1997: 4). Kepercayaan diri diperoleh dari pengalaman hidup dan berhubungan dengan kemampuan melakukan sesuatu dengan baik. Dengan kepercayaan diri yang baik seseorang akan dapat mengaktualisasikan potensi-potensi yang ada dalam dirinya.