

Hubungan antara diskrepansi konsep-diri dengan pembelian impulsif (Kajian penelitian deskriptif pada remaja di Jakarta)

Wahjoe Alkasah Gunawan Soeriakartalegawa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286792&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini, produser menghadapi persaingan yang ketat untuk memasarkan berbagai barang. Oleh karena itu, pemasaran produk sekarang lebih menekankan kepada pelayanan kebutuhan pasar. Untuk dapat memenuhi hal ini, maka pemasar / produser memerlukan data yang lebih akurat mengenai perilaku konsumen antara lain perilaku pembelian. Dengan adanya pengetahuan yang lebih akurat mengenai perilaku membeli ini maka diharapkan produser dapat mengarahkan produknya sesuai dengan kebutuhan pasar. Loudon dan Delia Bitta (1988) mengatakan bahwa ada satu jenis perilaku pembelian yang dikenal dengan nama pembelian impulsif atau pembelian tanpa perencanaan.

Hasil penelitian Dennis W Rook (1987 dalam Berkowitz. Kerin. Rudelius, 1989) menyatakan bahwa mereka mempunyai persepsi tertentu terhadap pembelian impulsif yang biasa mereka lakukan. Ada beberapa hipotesa yang telah mengulas pembelian impulsif, namun dengan melihat uraian yang diberikan Dennis terkesan bahwa hipotesa mengenai proses pembelian yang ada hubungannya dengan konsep-diri lebih sesuai untuk memperoleh jawaban sebagai hal yang berhubungan dengan pembelian impulsif.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep-diri dengan pendekatan 'multiple component'. Konsep-diri ini terdiri dari konsep-diri aktual, konsep-diri sosial, konsep-diri ideal. Perilaku seseorang merupakan cerminan dari konsep-dirinya. Dari segi perkembangan, konsep-diri ini merupakan suatu aspek penting pada remaja, oleh karenanya remaja dipilih sebagai sampel penelitian. Hurlock (1984) kemudian menjelaskan bahwa di antara konsep-diri-konsep-diri ini bisa terjadi diskrepansi/kesenjangan, antara lain diskrepansi antara konsep-diri aktual dengan konsep-diri ideal serta diskrepansi antara konsep-diri aktual dengan konsep-diri ideal. Buskirk dan Buskirk (1979) menjelaskan bahwa adanya kesenjangan ini menyebabkan seseorang lebih mudah tergiur untuk membeli barangbarang. Selain itu, dari hasil 'mini focus group' yang telah diadakan sebelumnya bahwa banyak remaja melakukan pembelian pakaian secara impulsif. Oleh karenanya peneliti berasumsi bahwa ada hubungan antara diskrepansi konsep-diri dengan pembelian pakaian secara impulsif.

Penelitian ini dilakukan terhadap 92 orang remaja yang tinggal di Jakarta dan sekitarnya (Cinere, Ciputat dan sebagainya). Kepada mereka diberikan kuesioner yang terdiri dari data kontrol, alat pengukuran konsep-diri dan alat yang menggambarkan perilaku pembelian pakaian secara impulsif.

Dari hasil penelitian ternyata pada remaja di Jakarta, semakin tinggi diskrepansi konsep diri aktual dengan konsep diri ideal akan diikuti dengan bertambah tinggi pembelian pakaian secara impulsif yang mereka lakukan. Beberapa hal menarik lain yang diteraukan adalah remaja Jakarta cenderung melakukan 'reminder impulse buying' serta 'planned impulse buying'. Selain itu kebanyakan dari mereka menganggap bahwa potongan harga, promosi di TV, penyajian yang rapih dan teratur merupakan kriteria yang dipertimbangkan untuk membeli pakaian.

Beberapa hal yang menjadi bahan diskusi dan bisa dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut adalah penggunaan sampel dengan kelompok usia yang berbeda, pembuatan profil psikografis, pembuatan item-

item yang standar untuk mengukur diskrepansi konsep-diri, penelitian pada jenis produk yang lebih beraneka ragam, serta melihat juga hubungan antara diskrepansi konsep-diri sosial dengan konsep-diri ideal sosial.