

PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DITINJAU DARI NEED FOR COGNITION, SELF MONITORING DAN SPIRITUAL INTELEGENCE

Oleh: Retno Mangestui, M. Si

Tahun: 2009

ABSTRAK

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Terutama, ketika semakin maraknya pembangunan *mall* atau pusat perbelanjaan beberapa tahun belakangan ini, sedikit banyak telah menuai banyak kekhawatiran akan semakin tingginya perilaku konsumtif terutama di kalangan remaja. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya. Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik mereka yang labil spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Need for Cognition (NFC)*, *Self Monitoring*, dan *Spiritual Intelligence* terhadap perilaku konsumtif remaja.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang dengan jumlah sample sebanyak 156 orang yang diambil secara *proportional random sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan empat skala psikologis yaitu skala perilaku konsumtif, skala *Need for Cognition*, skala *Self Monitoring*, dan skala *Spiritual Intelligence*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi ganda.

Hasil penelitian menunjukkan 1). Tidak ada pengaruh *need for cognition* terhadap perilaku konsumtif remaja 2). Tidak ada pengaruh *Self Monitoring* terhadap perilaku konsumtif remaja 3). Tidak ada pengaruh *Spiritual Intelligence* terhadap perilaku konsumtif remaja 4). Ada pengaruh *Need for Cognition (NFC)*, *Self Monitoring*, dan *Spiritual Intelligence* (secara bersama-sama) terhadap perilaku konsumtif remaja, namun sangat kecil. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai R square sebesar 0.016 artinya ketiga variabel bebas secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel terikat sebesar 1,6 % artinya masih ada sekitar 98,4 % faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja. Faktor tersebut bisa berupa faktor internal yang berasal dari dalam diri individu atau faktor eksternal yang berasal dari luar individu. Namun bila dilihat per variabel, maka tidak menunjukkan. Temuan tambahan dalam penelitian ini adalah tidak adanya perbedaan tingkat *Self Monitoring* (pemantauan diri), dan *Spiritual*

Intelligence (kecerdasan intelegensi) serta perilaku konsumtif ditinjau dari jenis kelamin, sedang *need for cognition* terdapat perbedaan antara remaja laki-laki dan perempuan.

Keyword: Perilaku konsumtif, *Need for Cognition (NFC)*, *Self Monitoring*, dan *Spiritual Intelligence*