

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Remaja

1. Pengertian Remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan antara masa anak dan masa dewasa baik dari segi lingkungan hingga perkembangan kognitif. Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin (*adolescere*) yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa” (Hurlock, 1980). Steinberg (dalam Dumontheil, 2015) menambahkan remaja sebagai suatu periode yang dimulai dengan awal pubertas dan berakhir ketika peran individu tersebut stabil dalam masyarakat. Piaget memfokuskan masa remaja sebagai usia di mana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama (Hurlock, 1980).

Masa remaja di mulai pada saat timbulnya perubahan-perubahan fisik yakni pada umur 11 tahun atau 12 tahun pada wanita dan laki-laki lebih tua sedikit (Gunarsa & Gunarsa, 2008). Awal masa remaja berlangsung kisaran antara 13-16 tahun atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum (Hurlock, 1980). Menurut Monks, dkk (1999) Pembagian masa remaja terdapat 3 fase, yaitu : masa remaja awal : 12-15 tahun, masa remaja pertengahan : 15-18 tahun, masa remaja akhir : 18-21 tahun.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa masa remaja adalah masa peralihan antara masa anak dan masa dewasa yang dimana individu mulai berintegrasi dengan masyarakat dan tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang dewasa melainkan berada dalam tingkatan yang sama dengan batasan usia antara 11-21 tahun.

2. Tugas Perkembangan Remaja

Menurut R.J Havighurst (dalam Gunarsa & Gunarsa, 2007) menyatakan bahwa tugas perkembangan remaja adalah :

- a. Memperluas hubungan antar pribadi dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan kawan sebaya, baik pria maupun wanita
- b. Memperoleh peranan sosial
- c. Menerima perubahan bentuk tubuhnya dan menggunakannya dengan efektif
- d. Memperoleh kebebasan emosional dari orang tua dan orang dewasa lainnya
- e. Mencapai kepastian akan kebebasan dan kemampuan berdiri sendiri
- f. Memilih dan mempersiapkan lapangan pekerjaan
- g. Mempersiapkan diri dalam pembentukan keluarga
- h. Membentuk sistem nilai-nilai moral dan falsafah hidup

3. Ciri-Ciri Remaja

Ciri-ciri remaja yang harus diketahui, diantaranya sebagai berikut (Zulkifli, 2009) :

a. Pertumbuhan Fisik

Pertumbuhan fisik yang dialami remaja terjadi dengan cepat dibandingkan dengan masa anak-anak. Perkembangan fisik mereka jelas terlihat pada tungkai dan tangan, tulang kaki dan tangan, otot-otot tubuh berkembang pesat, sehingga anak kelihatan bertumbuh tinggi, tetapi kepalanya masih mirip dengan anak-anak.

b. Perkembangan Seksual

Tanda-tanda perkembangan seksual pada anak laki-laki diantaranya : alat produksi spermanya mulai memproduksi, ia mengalami mimpi basah, lehernya menonjol buah jakun, dan sebagainya. Sedangkan pada anak perempuan diantaranya : menstruasi, dipermukaan wajah muncul jerawat, buah dada mulai tumbuh, pinggulnya mulai melebar, pahanya membesar, dan sebagainya.

c. Cara berfikir kausalitas

Cara berfikir kausalitas menyangkut hubungan sebab akibat. Remaja sudah mulai berfikir kritis sehingga ia akan melawan bila orang tua, guru, lingkungan, masih menganggapnya sebagai anak kecil. Bila guru dan orang tua tidak memahami cara berfikir remaja, akibatnya timbul kenakalan remaja berupa perkelahian.

d. Emosi yang meluap-luap

Keadaan emosi remaja masih labil karena erat hubungannya dengan keadaan hormon. Suatu saat bisa sedih sekali, di lain waktu bisa marah sekali. Emosi remaja lebih kuat dan lebih menguasai diri daripada pikiran yang realistis.

e. Mulai tertarik kepada lawan jenisnya

Remaja mulai tertarik kepada lawan jenisnya dan mulai berpacaran. Jika dalam hal ini orang tua kurang mengerti, kemudian melarangnya, akan menimbulkan masalah dan remaja akan bersikap tertutup terhadap orang tuanya. Secara biologis perempuan lebih cepat matang daripada anak laki-laki.

f. Menarik perhatian lingkungan

Remaja mulai mencari perhatian dari lingkungannya, berusaha mendapatkan status dan peranan seperti kegiatan remaja di kampung-kampung yang diberi peranan. Bila tidak diberikan peranan, remaja akan melakukan perbuatan untuk menarik perhatian masyarakat. Remaja akan berusaha mencari peranan di luar rumah bila orang tua tidak member peranan kepadanya karena menganggapnya sebagai anak kecil.

g. Terikat dengan kelompok

Remaja dalam kehidupan sosial sangat tertarik kepada kelompok sebayanya sehingga tidak jarang remaja akan mendahulukan kelompoknya daripada orang tua atau keluarganya. Remaja sering melampiaskan perasaan yang tertekan selama dirumah kepada kelompoknya.

4. Remaja ekonomi kelas bawah

Kemiskinan didefinisikan sebagai kesulitan ekonomi, dan penanda kemiskinan yang paling banyak digunakan adalah ambang kemiskinan yang ditetapkan oleh pemerintah (Huston, dalam Santrock, 2007). Kemiskinan adalah keadaan serba kekurangan harta dan benda berharga yang diderita oleh seseorang atau sekelompok orang yang hidup dalam lingkungan serba miskin atau kekurangan modal, baik dalam pengertian uang, pengetahuan, kekuatan sosial, politik, hukum, maupun akses terhadap fasilitas pelayanan umum, kesempatan berusaha dan bekerja (Suparlan, dalam Pratama, 2014). Sedangkan Bappenas (dalam Bachtiar, dkk, 2016) mendefinisikan kemiskinan adalah kondisi dimana seseorang atau sekelompok orang tidak mampu memenuhi hak-hak kebutuhan dasarnya untuk mempertahankan dan mengembangkan kehidupannya.

Sumodiningrat (dalam Pratama, 2014) membagi kemiskinan menjadi tiga kategori, yaitu :

- a. Kemiskinan absolut (pendapatan dibawah garis kemiskinan dan tidak dapat memenuhi kebutuhan dasarnya)
- b. Kemiskinan relatif (situasi kemiskinan di atas garis kemiskinan berdasarkan pada jarak antara miskin dan non-miskin dalam suatu komunitas).
- c. Kemiskinan struktural (kemiskinan ini terjadi saat orang atau kelompok masyarakat enggan untul memperbaiki kondisi kehidupannya sampai ada bantuan untuk mendorong mereka keluar dari kondisi tersebut).

Beberapa aspek psikologis tentang hidup dalam kemiskinan menurut Santrock (2007), yaitu :

- 1) Orang miskin sering kali merasa tidak berdaya. Dalam pekerjaan, orang miskin jarang menjadi pengambil keputusan. Orang miskin hanya sekedar menerima aturan yang ditetapkan padanya secara otoriter.
- 2) Orang miskin sering kali rentan terkena bencana. Orang miskin jarang diperhatikan sebelum diberhentikan dari pekerjaan dan biasanya tidak memiliki sumber daya finansial yang dapat diandalkan ketika masalah muncul.
- 3) Rentang alternatif yang orang miskin miliki sering kali terbatas. Jumlah pekerjaan yang terbuka bagi orang miskin sangat terbatas. Bahkan apabila tersedia alternatif, orang miskin biasanya tidak mengetahui adanya alternatif tersebut ataupun siap untuk membuat keputusan yang bijaksana, karena pendidikannya terbatas dan tidak mampu membaca dengan baik.
- 4) Miskin berarti kurang memiliki prestise. Kurangnya prestise ini diturunkan ke anak-anak di masa awal kehidupannya. Anak yang hidup dalam kemiskinan akan mengamati anak-anak lain mengenakan pakaian bagus dan tinggal di rumah yang lebih nyaman.

Status sosial ekonomi masyarakat dapat dilihat dari beberapa faktor yang mempengaruhi (dalam Wijianto dan Ulfa, 2016 ; Suryani, 2012), yaitu :

- 1) Pekerjaan

Pekerjaan terkait dengan kedudukan seseorang di masyarakat. Pekerjaan-pekerjaan tertentu dinilai masyarakat untuk menunjukkan kelas sosial atas dan sebaliknya. Guna menunjukkan status sosial ekonomi dapat dilihat dari pekerjaan, maka jenis pekerjaan dapat diberi batasan sebagai berikut :

- a. Pekerjaan yang berstatus tinggi, yaitu tenaga ahli teknik dan ahli jenis, pemimpin ketatalaksanaandalam suatu instansi baik pemerintah maupun swasta, tenaga administrasi tata usaha.
- b. Pekerjaan yang berstatus sedang, yaitu pekerjaan di bidang penjualan dan jasa.
- c. Pekerjaan yang berstatus rendah, yaitu petani dan operator alat angkut atau bengkel.

2) Pendidikan

Pendidikan dianggap penting dimasyarakat. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin tinggi gaji yang diterima, begitu juga dalam hal kesempatan mendapatkan pekerjaan akan lebih baik. Semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen, semakin tinggi pula kelas sosialnya.

3) Pendapatan

Semakin tinggi pendapatan seseorang semakin makmur, sejahtera dan dihargai di masyarakat. Pendapatan yang tinggi diikuti dengan pengeluaran yang tinggi karena gaya hidup atau pola konsumsi yang konsumtif, yang menyebabkan secara ekonomi mungkin tidak baik posisinya di masyarakat.

Menurut Badan Pusat Statistik (dalam Adhi, 2016) tingkat pendapatan dikelompokkan menjadi 4 golongan, yaitu :

- a. Golongan penduduk berpendapatan rendah, yaitu penduduk yang berpendapatan <Rp 1.500.000 perbulan.
- b. Golongan penduduk berpendapatan cukup tinggi, yaitu penduduk yang berpendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 perbulan.
- c. Golongan penduduk berpendapatan tinggi, yaitu penduduk yang berpendapatan rata-rata Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 perbulan.
- d. Golongan penduduk berpendapatan sangat tinggi yaitu penduduk dengan pendapatan rata-rata >Rp 3.500.000 perbulan.

4) Jumlah tanggungan orang tua

Proses pendidikan anak dipengaruhi oleh keadaan keluarga (Lilik dalam Wijianto dan Ulfa, 2016).

5) Pemilikan

Pemilikan barang-barang yang berhargapun dapat digunakan untuk ukuran tersebut.

6) Jenis tempat tinggal

Tingkat sosial ekonomi seseorang dapat juga dilihat dari rumahnya.

Adapun ciri-ciri nya, yaitu :

- a. Status rumah yang ditempati
- b. Kondisi fisik bangunan
- c. Besarnya rumah yang ditempati

Penggolongan status sosial ekonomi berdasarkan kelas sosial ekonomi yang ada dimasyarakat menurut Soekanto (dalam Arda, 2017), yaitu :

a) Kelompok Sosial Ekonomi Atas

Kelompok sosial ekonomi atas merupakan kelompok sosial yang dapat memenuhi hidupnya baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder, termasuk juga dapat memenuhi kebutuhan yang tergolong mewah. Yang termasuk dalam kelompok sosial ekonomi ini yaitu golongan pejabat pemerintah, para dokter, dan kelompok profesional lainnya.

b) Kelompok Sosial Ekonomi Menengah

Yang termasuk golongan ini ialah kelompok orang tua yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan menggunakan penghasilan keluarga secara ketat terhadap kebutuhan yang dianggap penting. Yang termasuk pada lapisan ini yaitu alim ulama, pegawai dan kelompok wirausaha.

c) Kelompok Sosial Ekonomi Bawah

Kelompok sosial ekonomi bawah termasuk kelompok yang mengalami kekurangan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk kebutuhan yang paling sederhana kadang-kadang masih dapat terpenuhi, akan tetapi ada pula sebagian keluarga dari kelas ini yang tidak dapat terpenuhi. Kelompok ini terdiri dari para buruh tani, buruh bangunan, buruh pabrik dan buruh-buruh yang sejenis.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu perilaku mengkonsumsi barang yang berlebihan atas dasar keinginan bukan atas dasar kebutuhan. Lubis (dalam Sumartono, 2002) menambahkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sedangkan Sumartono (2002) memfokuskan perilaku konsumtif adalah suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Individu belum habis dalam memakai sebuah produk, individu tersebut menggunakan produk yang sama dari merek yang berbeda.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia memberikan batasan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan (Sumartono, 2002). Sedangkan Anggarasari (dalam Sumartono, 2002) memberikan batasan tentang perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Individu dalam membeli suatu barang lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material sesaat.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli suatu barang yang berlebihan tanpa didasari pertimbangan secara rasional, hanya didasari keinginan dan kesenangan sesaat bukan dari kebutuhan.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Mangkunegara (dalam Kristanti 2008), faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua yaitu : faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor internal

1. Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang dalam segala hal, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian.

2. Harga diri

Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Seseorang yang harga dirinya rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada seseorang yang harga dirinya tinggi.

3. Pengamatan dan proses belajar

Seseorang sebelum membeli suatu produk, ia akan mendasarkan pengamatannya atas suatu produk tersebut. Proses belajar terjadi ketika seseorang konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan pada produk tersebut, atau sebaliknya, jika seseorang tersebut dikecewakan atas suatu produk maka konsumen tersebut akan merasa kecewa.

4. Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan

5. Konsep diri

Konsep diri juga berpengaruh pada perilaku konsumtif setiap orang. Jika seseorang memiliki konsep diri yang positif maka semakin rendah ia berperilaku konsumtif sedangkan semakin negatif konsep diri seseorang maka semakin tinggi ia berperilaku konsumtif

b. Faktor eksternal

1. Kebudayaan

Kebudayaan tercermin dalam cara hidup, kebiasaan dan tindakan dalam permintaan bermacam-macam barang dipasar. Pengaruh kebudayaan dalam suatu daerah, banyaknya kelompok etnik membentuk perilaku yang berbeda-beda. Pengaruh kebudayaan yang kuat terhadap perilaku membeli dibuktikan oleh Loudon yang menemukan bahwa perilaku membeli dapat diramalkan dari nilai-nilai budaya yang dipegang oleh konsumen.

2. Kelas sosial

Swasta dan Handoko (1987) menyatakan bahwa kelas sosial yang terbagi dalam kelas sosial atas, menengah, dan bawah memiliki interaksi yang berbeda-beda. Interaksi seseorang dalam kelompok sosialnya akan berpengaruh langsung pada pendapat dan selera sehingga akan mempengaruhi pemilihan produk atau merek barang.

3. Kelompok-kelompok sosial dan referensi

Dalam melakukan perilaku konsumtif orang juga akan melihat kelompok referensinya. Kelompok referensi ini lebih kuat pengaruhnya pada seseorang karena akan membentuk kepribadian dan perilakunya.

4. Keluarga

Keluarga sebagai bagian dari faktor eksternal mempunyai pengaruh yang besar dalam pembentukan keyakinan yang berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen.

Menurut Engel, dkk (dalam Chatijah & Purwadi, 2007) sikap konsumtif remaja di pengaruhi oleh faktor internal, eksternal dan proses psikologis. Faktor-faktor tersebut adalah :

a. Faktor Internal

Faktor internal berasal dari dalam diri seseorang yang dapat member pengaruh terhadap pembentukan sikap maupun perilaku seseorang. faktor internal tersebut ialah :

1. Kepribadian, Gaya hidup, dan Demografi

Kepribadian ialah respon yang konsisten terhadap rangsangan lingkungan yang ada disekitarnya. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam menalakan hidupnya. Demografi adalah pangsa konsumen yang diidentifikasi dari usia, pendapat dan pendidikan.

Kepribadian, gaya hidup, dan demografi berpengaruh terhadap sikap konsumtif seseorang. Sikap konsumtif tidak dibenarkan oleh ajaran agama, sehingga individu diwajibkan mengontrol nafsunya.

2. Bakat, Minat, Nilai dan Konsep Diri

Individu yang memiliki konsep diri yang positif tidak mudah dipengaruhi untuk melakukan konsumerisme tinggi, dan tidak cenderung konsumtif. Sebaliknya jika individu mudah terpengaruh dengan berbagai macam stimulus yang ada, maka individu tersebut dapat melakukan perilaku konsumtif. Bakat, minat, nilai dan konsep diri merupakan faktor psikologis dalam diri individu yang juga berpengaruh dalam sikap dan perilaku seseorang untuk membeli sesuatu.

3. Pengetahuan dan Hasil Belajar

Faktor ini merupakan hasil dan bentuk-bentuk informasi yang diperoleh dari pengalaman individu berinteraksi dengan lingkungannya.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor lingkungan yang berada di luar diri setiap individu yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku setiap individu. Faktor tersebut ialah :

1. Kelas Sosial

Kelas sosial merujuk pada perbedaan status ekonomi dan sosial yang ada pada masyarakat sehingga menghasilkan perbedaan sikap dan perilaku konsumen. Kelas sosial merupakan bentuk pengelompokan individu yang pada akhirnya menentukan tinggi rendahnya seseorang apakah kelas sosial atas, menengah dan bawah. Kelas sosial berpengaruh pada bagaimana seseorang menentukan sikapnya terhadap suatu produk untuk dikonsumsi.

2. Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan pertama bagi seorang anak, sehingga dapat berpengaruh pada proses pengambilan keputusan termasuk dalam sikap dan perilaku konsumsi seseorang. Kebiasaan yang ada pada keluarga dalam penggunaan barang akan menjadi model bagi anak. Keluarga memiliki peran penting dalam sikap konsumsi remaja.

Keluarga yang memiliki pola hidup yang mewah, dapat membentuk individu-individu yang juga mempunyai pola hidup yang mewah, hedonis dan konsumtif. Karena itu diperlukan keluarga yang dapat mengontrol sikap konsumtif individu-individu di dalam keluarga. Kontrol yang tepat untuk mengendalikan individu tersebut agar tidak ber perilaku konsumtif adalah adanya religiusitas didalam keluarga.

3. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan hasil dari aktivitas kehidupan manusia yang mempengaruhi sistem nilai dan norma yang diberlakukan dalam hidupnya. Dengan demikian, sikap dan perilaku, termasuk pola konsumsi akan dipengaruhi oleh sistem nilai serta norma yang dianutnya.

4. Pengaruh Kelompok Sebaya (*Peer Group*) dan Kelompok Acuan (*Reference Group*)

Individu yang berinteraksi dengan orang yang memiliki perilaku konsumtif, maka individu tersebut cenderung memiliki perilaku konsumtif juga.

5. Situasi

Faktor khusus dalam waktu dan tempat yang spesifik serta tidak terkait dengan karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Dalam keadaan tertentu, seseorang bisa saja timbul kebutuhan sesuatu walaupun tidak direncanakan.

c. Proses Psikologis

Proses ini berkaitan dengan pengolahan informasi, pembelajaran serta perubahan sikap dan perilaku seseorang.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Mangkunegara (dalam Kristanti 2008) dibedakan menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, adapun yang termasuk faktor internal antara lain motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Sedangkan yang termasuk faktor eksternal antara lain kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi, serta keluarga. Sedangkan menurut Engel, dkk (dalam Chatijah & Purwadi, 2007) dibedakan menjadi tiga, yaitu faktor internal, faktor eksternal dan proses psikologis, adapun yang termasuk faktor internal antara lain kepribadian, gaya hidup, dan demografi, bakat, minat, nilai dan konsep diri, pengetahuan dan hasil belajar. Sedangkan yang termasuk faktor eksternal antara lain kelas sosial, keluarga, kebudayaan, Pengaruh Kelompok Sebaya (*Peer Group*) dan Kelompok Acuan (*Reference Group*), situasi dan yang terakhir yaitu proses psikologi.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (dalam Wardhani, 2009) adalah :

a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (*wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan banyak uang tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Mencari Kesenangan (*non rational buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendi.

C. Harga Diri

1. Pengertian Harga Diri

Menurut Suryanto, dkk (2012) kata *esteem* berasal dari kata dalam bahasa Latin *esteemare*, yang artinya *to estimate* atau *appraise*. Jadi dapat diartikan *self-esteem* sebagai penilaian (evaluasi) yang positif atau pun negatif terhadap diri sendiri.

Santrock (2007) menambahkan bahwa harga diri merupakan suatu dimensi penilaian yang menyeluruh mengenai diri. Harga diri (*Self Esteem*) sering juga disebut sebagai martabat diri (*self worth*) atau gambaran diri (*self image*). Sedangkan William Horton Cooley (dalam Neff, 2011) berpendapat bahwa harga diri merupakan persepsi diri kita tentang bagaimana kita akan tampil di mata orang lain.

Coopersmith (dalam Burn, 1993) juga menambahkan bahwa perasaan harga diri merupakan suatu penilaian pribadi terhadap perasaan berharga yang diekspresikan di dalam sikap-sikap yang dipegang oleh individu tersebut. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) harga diri merupakan kesadaran akan berapa besar nilai yang diberikan kepada diri sendiri. .

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan evaluasi individu terhadap diri sendiri secara menyeluruh baik secara positif maupun secara negatif yang diekspresikan melalui sikap-sikap yang dipegang individu.

2. Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri

Harga diri terbentuk dari hasil interaksi individu dengan lingkungan dan atas sejumlah penghargaan, penerimaan, dan pengertian orang lain terhadap dirinya. Menurut Ghufron & Risnawati (2014), beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri, yaitu :

a. Faktor Jenis Kelamin

Menurut Ancok, dkk (dalam Ghufron & Risnawati, 2014) wanita selalu merasa harga dirinya lebih rendah daripada pria seperti perasaan kurang mampu, kepercayaan diri yang kurang mampu, atau merasa harus dilindungi. Hal ini terjadi karena peran orangtua dan harapan-harapan masyarakat yang berbeda baik pada pria maupun wanita.

b. Inteligensi

Inteligensi sebagai gambaran lengkap kapasitas fungsional individu sangat erat berkaitan dengan prestasi karena pengukuran inteligensi selalu berdasarkan kemampuan akademis. Menurut Coopersmith (1967) individu dengan harga diri yang tinggi akan mencapai prestasi akademik yang tinggi daripada individu dengan harga diri yang rendah. Selanjutnya, dikatakan individu dengan harga diri yang tinggi memiliki skor inteligensi yang lebih baik, taraf aspirasi yang lebih baik, dan selalu berusaha keras.

c. Kondisi Fisik

Coopersmith (1967) menemukan adanya hubungan yang konsisten antara daya fisik dan tinggi badan dengan harga diri. Individu dengan

kondisi fisik yang menarik cenderung memiliki harga diri yang lebih baik dibandingkan dengan kondisi fisik yang kurang menarik.

d. Lingkungan Keluarga

Peran keluarga sangat menentukan bagi perkembangan harga diri anak. Dalam keluarga, seorang anak untuk pertama kali mengenal orang tua yang mendidik dan membesarkannya serta sebagai dasar untuk bersosialisasi dalam lingkungan yang lebih besar. Keluarga harus menemukan kondisi dasar untuk mencapai perkembangan harga diri anak yang baik.

e. Lingkungan Sosial

Klass & Hodge (1978) berpendapat bahwa pembentukan harga diri dimulai dari seseorang yang menyadari dirinya berharga atau tidak. Hal ini merupakan hasil dari proses lingkungan, penghargaan, penerimaan, dan perlakuan orang lain kepadanya. Sedangkan menurut Coopersmith (1967) ada beberapa perubahan dalam harga diri yang dapat dijelaskan melalui konsep-konsep kesuksesan, nilai, aspirasi, dan mekanisme pertahanan diri. Kesuksesan tersebut dapat timbul melalui pengalaman dalam lingkungan, kesuksesan dalam bidang tertentu, kompetisi, dan nilai kebaikan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu : faktor jenis kelamin, inteligensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga, dan lingkungan sosial.

3. Aspek-Aspek Harga Diri

Menurut Coopersmith (dalam Ekowati, 2015) aspek-aspek harga diri ada empat, yaitu :

- a. Kekuatan (*Power*), yaitu kemampuan untuk bisa mengatur dan mengontrol tingkah laku orang lain. Hal ini ditandai dengan adanya pengakuan dan rasa hormat yang diterima individu dari orang lain dan biasanya berupa sumbangan dari pikiran, pendapat dan kebenaran. Power tidak didefinisikan sebagai memiliki kontrol atas orang lain, tetapi memiliki kontrol atas menjadi siapa diri kita untuk mempengaruhi orang-orang atau peristiwa-peristiwa dalam hidup kita.
- b. Keberartian (*Significance*), yaitu adanya kepedulian, perhatian dan afeksi yang diterima dari orang lain. Hal tersebut merupakan penghargaan dan minat dari orang lain dan pertanda penerimaan dan popularitas. *Significance* berhubungan dengan perasaan dicintai/mencintai dan dipedulikan/mempedulikan. Sikap ini tumbuh dari pandangan positif kita terhadap lingkungan (Gonzales, dalam Ekowati, 2015)
- c. Kebijakan (*Virtue*), yaitu ketaatan atau mengikuti standar moral dan etika. Ditandai dengan ketaatan untuk menjauhi dari tingkah laku yang tidak diperbolehkan oleh moral, etika, dan agama.
- d. Kemampuan (*Competence*), yaitu kemampuan untuk sukses memenuhi tuntutan prestasi. Ditandai dengan keberhasilan individu dalam mengerjakan bermacam-macam tugas dengan baik.

Kompetensi tidak semata-mata karena seseorang mempunyai keahlian dalam berbagai bidang, tetapi lebih kepada bagaimana seseorang melihat kemampuan dirinya, apakah dia telah memenuhi standar yang ditetapkannya atau belum.

D. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Desmita (2011) menjelaskan secara etimologi, *religion* (agama) berasal dari bahasa latin *religio*, yang berarti hubungan antara manusia dan Tuhan. Istilah latin ini merupakan transformasi dari kata *religare*, yang berarti menyatukan.

Thouless (dalam Dister, 1982) mendefinisikan agama sebagai suatu sikap terhadap dunia, sikap mana menunjuk kepada suatu lingkungan yang lebih luas daripada lingkungan dunia ini yang bersifat ruang dan waktu, lingkungan yang lebih luas itu adalah “dunia rohani”.

Nottingham (dalam Jalaluddin, 2010) menambahkan agama sebagai gejala, yang begitu sering “terdapat dimana-mana” dan agama berkaitan dengan usaha-usaha manusia untuk mengukur dalamnya makna dari keberadaan diri sendiri dan keberadaan alam semesta. Selain itu agama dapat membangkitkan kebahagiaan batin yang paling sempurna dan juga perasaan takut dan ngeri.

Berbeda dengan Glock & Stark (dalam Ancok & Suroso, 1994) menyatakan agama adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas mengenai religiusitas maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah relasi antara manusia dengan Tuhan dan juga sikap manusia terhadap dunia, yang mengarahkan manusia untuk berperilaku secara benar sehingga individu mampu menyesuaikan diri dengan masalah kehidupannya.

2. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless (1992) mengklasifikasikan faktor-faktor yang menghasilkan sikap keagamaan. Faktor-faktor tersebut terdiri dari empat kelompok utama, yaitu:

a. Pengaruh Sosial

Mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan itu pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial dan tekanan lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu. Konsep psikologik yang paling erat kaitannya dengan pengaruh-pengaruh seperti itu adalah konsep *sugesti*.

b. Pengaruh Pengalaman (Alami)

Berbagai pengalaman yang membantu sikap keagamaan, terutama pengalaman-pengalaman mengenai : keindahan, keselarasan dan kebaikan lain di dunia (faktor alami). Proses intelektual tidak dapat dianggap sebagai awal dari sumbangan pengalaman di dunia nyata kepada sikap keagamaan itu.

Individu baru mulai dengan mendapatkan pengalaman di dunia nyata sebagai sesuatu yang memiliki kemiripan dengan Tuhan atau setidaknya memiliki tanda adikodrati (*supernatural*) dan kemudian mengganti intuisi dengan argument verbal. Akibat dari argument itu bisa memperkokoh keyakinan agama yang pada mulanya berdasarkan intuisi itu. Di pihak lain, penalaran-penalaran berikutnya bisa saja memperlemah atau bahkan menghancurkan keyakinan bahwa penafsiran keagamaan itu merupakan penafsiran yang benar karena berdasarkan kajian kritis, penampilan desainnya dinilai ilusif.

c. Pengaruh Kebutuhan

Adanya kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi secara sempurna dimana-mana mengakibatkan terasa adanya kebutuhan akan kepuasan-kepuasan agama. Kebutuhan-kebutuhan ini dikelompokkan secara garis besar menjadi empat : kebutuhan akan keselamatan, kebutuhan akan cinta, kebutuhan akan memperoleh harga diri dan kebutuhan yang timbul karena adanya kematian. Tidak selamanya manusia dapat memenuhi semua kebutuhan diatas, karena bermacam-macam suasana yang mempengaruhi yang harus dihadapinya. Jika tidak terpenuhi maka orang akan gelisah dan mencari jalan untuk mengatasinya, baik dengan cara yang wajar, maupun dengan cara yang tidak wajar atau kurang sehat.

d. Pengaruh Proses Pemikiran

Pemikiran memainkan peranan lebih besar dalam pembentukan pandangan keagamaan dibandingkan dengan apa yang pada umumnya dipertimbangkan oleh ahli psikologi. Proses pemikiran merupakan bagian dari landasan sikap keagamaan, benar bahwa suatu kepercayaan yang secara diam-diam akan lebih kuat dipegangi apabila proses pemikiran dapat memberikan alasan untuk pembenarannya.

3. Dimensi-Dimensi Religiusitas

Glock & Stark (dalam Ancok & Suroso, 1994) menjelaskan religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas agama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan ritual, tetapi juga ketika melakukan aktivitas yang didorong oleh kekuatan akhir.

Menurut Glock & Stark (dalam Ancok & Suroso, 1994), ada lima macam dimensi keberagamaan, yaitu :

a. Dimensi Keyakinan (Ideologis)

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi ruang lingkup bervariasi tidak hanya diantara agama-agama, tetapi seringkali juga diantara tradisi dalam agama yang sama.

b. Dimensi Peribadatan atau Praktik Agama (Ritualistik)

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-praktik agama terdiri dari dua kelas, yaitu :

- 1) Ritual, mengacu pada seperangkat ritus, tindakan keagamaan formal dan praktik-praktik suci yang semua mengharapkan para pemeluk melaksanakannya.
- 2) Ketaatan. Ketaatan dan ritual bagaikan ikan dengan air, meski ada perbedaan penting.

c. Dimensi Penghayatan (Eksperiensial)

Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi walaupun kecil, dalam suatu esensi ketuhanan.

d. Dimensi Pengamalan (Konsekuensial)

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Agama banyak menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya

jelas sebatas mana konsekuensi-konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen keagamaan atau semata-mata berasal dari agama.

e. Dimensi Pengetahuan Agama (Intelektual)

Dimensi ini mengacu pada harapan bahwa orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci dan tradisi-tradisi.

4. Fungsi-Fungsi Agama

Jalaluddin (2010) menyatakan, masalah agama tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, karena agama itu sendiri ternyata diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat. Adapun fungsi agama dalam masyarakat antara lain :

a. Berfungsi Edukatif

Ajaran agama secara yuridis berfungsi menyuruh dan melarang. Kedua unsur tersebut mempunyai latar belakang mengarahkan bimbingan agar pribadi penganutnya menjadi baik dan terbiasa dengan yang baik.

b. Berfungsi Penyelamat

Keselamatan yang diberikan agama kepada penganutnya adalah keselamatan yang meliputi dua alam yaitu dunia dan akhirat.

c. Berfungsi sebagai Pendamaian

Melalui agama, seseorang yang bersalah atau berdosa dapat mencapai kedamaian batin melalui agama. Rasa berdosa dan rasa bersalah akan segera menjadi hilang dari batinnya apabila seseorang pelanggar telah menebus dosanya melalui tobat dan pensucian.

d. Berfungsi sebagai Kontrol Sosial

Ajaran agama oleh penganutnya dianggap sebagai norma, sehingga dalam hal ini agama dapat berfungsi sebagai pengawasan sosial secara individu maupun kelompok.

e. Berfungsi sebagai Pemupuk Rasa Solidaritas

Rasa kesatuan akan membina rasa solidaritas dalam kelompok maupun perorangan, bahkan kadang-kadang dapat membina rasa persaudaraan yang kokoh.

f. Berfungsi Transformatif

Ajaran agama dapat mengubah kehidupan kepribadian seseorang atau kelompok menjadi kehidupan baru sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya. Kehidupan baru yang diterimanya mampu mengubah kesetiaannya kepada adat atau norma kehidupan yang dianutnya sebelum itu.

g. Berfungsi Kreatif

Ajaran agama mendorong dan mengajak penganutnya untuk bekerja produktif bukan untuk kepentingan sendiri saja, tetapi juga untuk kepentingan orang lain.

h. Berfungsi Sublimatif

Segala usaha manusia selama tidak bertentangan dengan norma-norma agama, bila dilakukan atas niat yang tulus, karena dan untuk Allah merupakan ibadah.

E. Hubungan antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif

Masa remaja merupakan masa peralihan antara masa anak-anak menuju masa dewasa yang ditandai dengan banyaknya perubahan-perubahan yang ada seperti kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, 1980). Perubahan tersebut terjadi baik pada semua remaja tanpa terkecuali. Monks, dkk (1999) membagi remaja menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal antara usia 12-14 tahun, masa remaja pertengahan antara usia 15-18 tahun dan masa remaja akhir antara usia 18-21 tahun. Erikson (dalam Gunarsa & Gunarsa, 2008) mengemukakan pada tahapan usia tersebut, remaja mulai timbul perasaan baru tentang identitas diri. Secara psikologis remaja masih dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.

Remaja memiliki kecenderungan untuk menarik perhatian di lingkungannya terlebih lagi ketika remaja mulai tertarik dengan lawan jenisnya. Ciri-ciri remaja menurut Zulkifli (2009) yaitu mengalami pertumbuhan fisik, perkembangan seksual, mulai berfikir secara kausalitas atau berfikir kritis, mempunyai emosi yang labil, mulai tertarik dengan lawan jenis, mulai mencari perhatian di lingkungannya, dan memulai terikat dengan kelompok.

Perkembangan yang pesat pada remaja dapat menimbulkan permasalahan-permasalahan baik bagi diri sendiri maupun bagi lingkungannya. Remaja masa kini banyak terjebak dalam gaya hidup yang mewah. Remaja rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan, bukan kebutuhan (Yuliantari & Herdiyanto, 2015). Remaja rela menghabiskan uangnya hanya untuk sekedar nongkrong, berbelanja yang tidak ada manfaatnya, membeli makanan, dan

berjalan-jalan di pusat perbelanjaan kota. Remaja juga lebih suka mengikuti perkembangan zaman sehingga remaja lebih suka memakai barang-barang yang sedang trend dikalangannya.

Remaja yang suka menghambur-hamburkan uang untuk keperluan yang tidak dibutuhkan cenderung memiliki harga diri yang rendah. Menurut Gecas dan Rosenberg (dalam Cast & Bruke, 2002) mengatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi positif individu secara menyeluruh tentang diri.

Kurangnya harga diri (*Self Esteem*) dalam diri individu dapat menyebabkan remaja memiliki perasaan yang negatif terhadap diri sendiri, termasuk hilangnya percaya diri dan kemampuannya, merasa gagal mencapai keinginan, mengkritik diri sendiri, penurunan produktivitas, destruktif yang diarahkan pada orang lain, perasaan tidak mampu, mudah tersinggung dan menarik diri secara sosial (Hariyanto, dalam Jasmadi & Azzama, 2016). Hal ini dapat membuat remaja berperilaku konsumtif.

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Individu belum habis dalam memakai sebuah produk, individu tersebut menggunakan produk yang sama dari merek yang berbeda.

Remaja selalu meniru orang lain sebagai *role model* untuk diadopsi menjadi identitas dirinya. Remaja yang meniru penampilan orang lain cenderung berperilaku konsumtif dan remaja meniru penampilan kebanyakan orang untuk menutupi kekurangan dirinya (Jasmadi & Azzama, 2016). Hal ini dilakukan remaja karena remaja tersebut memiliki harga diri rendah, minder dengan

penampilannya, selalu merasa kurang dan ingin dinilai lebih dimata orang lain.

Yuliantari & Herdiyanto (2015) mengemukakan salah satu cara untuk menutupi kekurangan diri yaitu dengan membeli barang-barang yang dianggap dapat meningkatkan harga dirinya seperti barang-barang yang bermerek dan sedang trendi. Namun, kebiasaan berbelanja tersebut membuat remaja lepas kontrol dan tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan semata. Remaja akan merasa harga dirinya tinggi jika remaja tersebut dapat berpenampilan menarik didepan umum. Kondisi dimana remaja sudah tidak mampu mengontrol diri dengan terus berbelanja untuk menutupi perasaan rendah terhadap harga dirinya disebut dengan perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jasmadi & Azzama (2016) tentang hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif remaja di Banda Aceh menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi harga diri remaja Banda Aceh, maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah harga diri remaja Banda Aceh, maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada siswa/siswi tersebut. Untuk membentuk harga diri yang positif pada diri remaja dibutuhkan peran lingkungan supaya remaja mampu menerima kekurangan dan kelebihan dalam dirinya sehingga remaja tersebut dapat percaya diri dan tidak berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Yuliantari dan Herdiyanto (2015) tentang hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Kota Denpasar menunjukkan bahwa ada hubungan negatif

yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif. Individu yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi maka akan semakin rendah perilaku konsumtif, dan individu yang memiliki harga diri yang rendah maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Remaja putri yang kurang puas terhadap dirinya cenderung menutupi kekurangan yang ada pada dirinya. Salah satu caranya yaitu dengan membeli barang-barang yang dianggap dapat meningkatkan harga dirinya. Namun sikap kebiasaan-kebiasaan berbelanja yang dilakukan oleh remaja cenderung mengikuti hawa nafsu sehingga tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan. Hal tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif (Wahyudi, dalam Yuliantari & Herdiyanto, 2015).

F. Hubungan antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif

Masa remaja (*adolescence*) merupakan suatu masa transisi antara masa anak-anak dengan masa dewasa ditandai dengan adanya mengalami perubahan-perubahan, meliputi perubahan kognitif, biologis dan sosio-emosional (Santrock, 2007). Menurut Hurlock (1980) mengatakan bahwa awal masa remaja berlangsung dimulai dari usia 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun dan berakhir dari usia 16 tahun atau 17 tahun hingga 18 tahun. Hurlock (1980) mengatakan bahwa masa remaja merupakan masa periode keraguan religius.

Remaja menunjukkan kecenderungan untuk tidak mengunjungi tempat peribadatan, mengikuti kegiatan-kegiatan sosial (Hurlock, 1980). Remaja juga memiliki emosi yang masih labil sehingga remaja tidak dapat mengontrol segala perilakunya. Hal ini sesuai dengan ciri-ciri remaja menurut Zulkifli (2009) yaitu

mengalami pertumbuhan fisik, perkembangan seksual, mulai berfikir secara kausalitas atau berfikir kritis, mempunyai emosi yang labil, mulai tertarik dengan lawan jenis, mulai mencari perhatian di lingkungannya, dan memulai terikat dengan kelompok.

Perkembangan yang pesat pada remaja seringkali menimbulkan permasalahan-permasalahan baik dari sisi psikologisnya maupun dari segi religiusnya. Permasalahan tersebut bisa terjadi pada minat religius para remaja seperti halnya minat pekerja masa kanak-kanak, konsep masa kanak-kanak tentang agama pada dasarnya tidak realistis, dan remaja menjadi kritis terhadap keyakinannya di masa lampau (Hurlock, 1980)

Remaja mudah terpengaruh oleh gaya hidup mewah di lingkungannya. remaja merasa kegiatan menghambur-hamburkan uang termasuk kegiatan yang benar, dimana remaja merasa senang dan bahagia jika melakukan perbuatan tersebut (Chatijah & Purwadi, 2007).

Salah satu kontrol untuk mengendalikan sikap konsumtif yang terjadi di kalangan remaja yaitu religiusitas yang diperolehnya baik dari lingkungan utama yaitu keluarga maupun dari lingkungan sekolah. Perilaku konsumtif dapat dikontrol melalui fungsi-fungsi yang ada pada religiusitas. Menurut Jalaludin (2010) fungsi-fungsi agama dalam masyarakat adalah fungsi edukatif, fungsi penyelamat, fungsi pendamaian, fungsi sosial kontrol, fungsi sebagai pemupuk rasa solidaritas, fungsi transformatif, fungsi kreatif, dan fungsi sublimatif.

Fungsi yang dapat mengontrol seseorang untuk berperilaku konsumtif yaitu fungsi edukatif, dan fungsi sosial kontrol. Dengan fungsi edukatif remaja

sudah mengetahui ajaran-ajaran yang sudah ditentukan baik yang berupa larangan maupun yang berupa perintah. Fungsi ini mengajarkan kepada remaja untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan yang tidak bermanfaat, seperti membeli suatu produk yang bukan lagi dibutuhkan melainkan untuk memuaskan kesenangan semata. Agama mengajarkan kepada umatnya untuk tidak berlebih-lebihan dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam hal bersikap boros

Fungsi selanjutnya yaitu fungsi sebagai sosial kontrol. Dengan fungsi ini remaja akan terikat batin dengan ajaran-ajaran agama yang dipeluknya. Penganut agama menganggap ajaran agamanya sebagai norma sehingga dalam hal ini berfungsi sebagai pengawasan sosial baik secara individu maupun kelompok.

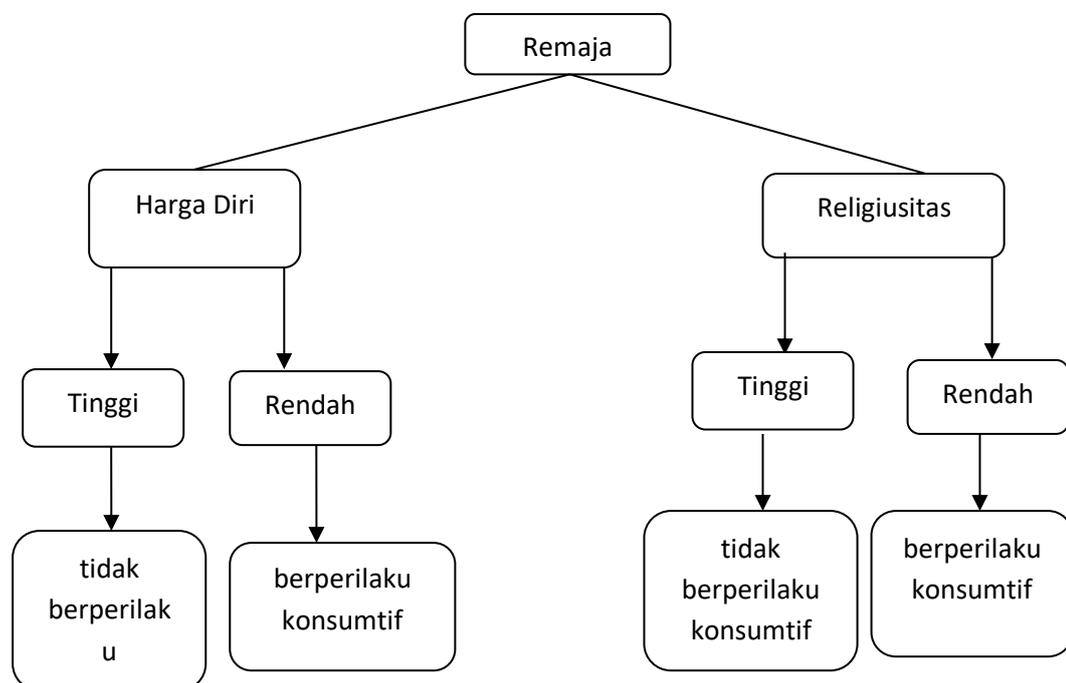
Agama mengajarkan kepada manusia untuk tidak menghambur-hamburkan hartanya dan mengajarkan untuk memberikan hartanya kepada orang yang membutuhkan. Norma-norma yang berlaku di dalam agama mampu menahan diri dari perilaku atau tindakan yang seharusnya tidak dilakukan, seperti mengeluarkan uang secara berlebihan untuk membelanjakan sesuatu yang tidak diperlukan.

Berdasarkan hasil penelitian dari Chatijah & Purwadi (2007) tentang hubungan antara religiusitas dengan sikap konsumtif remaja menunjukkan hasil koefisien korelasi sebesar $-0,324$ dengan signifikansi $0,000$ sehingga terdapat hubungan yang negatif antara religiusitas dengan sikap konsumtif remaja. Semakin tinggi tingkat religiusitas yang dimiliki seorang remaja maka semakin rendah pula sikap konsumtif yang dimilikinya. Individu yang memiliki religiusitas tinggi mampu mengontrol perilaku konsumtif pada dirinya sebaliknya individu

yang memiliki religiusitas yang rendah didalam dirinya cenderung tidak dapat mengontrol perilaku konsumtif.

Dalam hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara religiusitas dengan perilaku konsumtif.

G. Kerangka Konseptual



H. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah “ ada hubungan antara harga diri dan religiusitas dengan perilaku konsumtif pada remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya”.