

**Hubungan Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif dalam Membeli Pakaian pada
Remaja di Jakarta serta Tinjauannya dalam Agama Islam**

Nama : Esty Arista Sari

ABSTRAK

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri. Dimana pada masa remaja konsep diri merupakan hal yang belum matang karena remaja masih dalam masa pencarian identitas diri dan berada pada masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Karena konsep diri yang kurang matang membuat remaja cenderung mudah terpengaruh, terbujuk dan kurang berpikir rasional. Menurut Munandar (2001) konsumen remaja cenderung mudah terbujuk rayuan pedagang, mudah terbujuk iklan, tidak berpikir hemat, impulsif dan romantis serta kurang berpikir realistis. Hal ini diperparah dengan berdirinya banyak pusat perbelanjaan, bahkan di Jakarta terdapat lebih dari 170 pusat perbelanjaan dan hal tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap pakaian pada remaja di Jakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah incidental sampling. Sampel penelitian adalah remaja Jakarta yang memiliki usia 16 tahun hingga 21 tahun dengan jumlah 120 orang. Sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner konsep diri dan perilaku konsumtif terhadap pakaian. Data yang didapat dikelola dengan uji kolerasi Pearson dengan hasil $p = 0,474$. Berdasarkan perhitungan statistik yang dilakukan, sebagian besar subjek memiliki konsep diri yang positif dan perilaku konsumtif yang rendah. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa H_0 ditolak karena tidak ada hubungan yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif.

Kata Kunci: *Konsep diri, Perilaku konsumtif, Pakaian*