

HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN PERILAKU MEMBELI MAHASISWI TAHUN 2012 PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

Mila Rahayu Aditiya; Karyono*
Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
melarahayuaditiya@yahoo.com; karyono@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan citra tubuh dengan perilaku membeli pada mahasiswa tahun 2012 program studi akuntansi fakultas ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana. Populasi dalam penelitian ini adalah 203 mahasiswa dan jumlah sampel penelitian 127 mahasiswa. Penentuan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan Skala Citra Tubuh terdiri dari 29 aitem ($\alpha = 0,909$) dan Skala Perilaku membeli terdiri dari 30 aitem ($\alpha = 0,859$). Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan adanya hubungan negatif dan sangat signifikan antara citra tubuh dengan perilaku membeli yang ditunjukkan oleh angka korelasi $r_{xy} = - 497$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) sehingga hipotesis yang menyatakan ada hubungan negatif antara citra tubuh dengan perilaku membeli pada mahasiswa tahun 2012 program studi akuntansi fakultas ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana dapat diterima.

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara citra tubuh dengan perilaku membeli pada mahasiswa tahun 2012 program studi akuntansi fakultas ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana. Hubungan antara kedua variabel tersebut bahwa semakin negatif citra tubuh maka akan semakin tinggi perilaku membeli, sebaliknya semakin positif citra tubuh maka akan semakin rendah perilaku membeli. Sumbangan efektif citra tubuh terhadap perilaku membeli sebesar 22,6% sedangkan 77,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Kata kunci: **Citra Tubuh, perilaku membeli, mahasiswa tahun 2012 program studi akuntansi**

*penulis penanggung jawab

**THE CORRELATION BETWEEN BODY IMAGE AND BUYING
BEHAVIOR ON FIRST-YEAR ACCOUNTING COEDS OF THE
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS SATYA WACANA
CHRISTIAN UNIVERSITY**

Mila Rahayu Aditiya; Karyono*
Faculty Of Psychology Diponegoro University
melarahayuaditiya@yahoo.com; karyono@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to understand the correlation between body image and buying behavior on first-year accounting coeds of the Faculty of Economics and Business, Satya Wacana Christian University. The population in this study would be 203 coeds with total samples of 127 coeds. Sample determination is carried out using a simple random sampling. The methods of data collection are Body Image Scale consists of 29 items ($\alpha = 0.909$) and Buying Behavior Scale consists of 30 items ($\alpha = 0.859$). A simple regression analysis indicates a highly significant negative correlation between body image and buying behavior, which is shown by correlation coefficient $r_{xy} = -0.497$ with $p = 0.000$ ($p < 0.05$), so as the hypothesis that there is a negative correlation between body image and buying behavior on first-year accounting coeds of the Faculty of Economics and Business, Satya Wacana Christian University, should be accepted.

Based on this study, it may be concluded that there is a highly significant negative correlation between body image and buying behavior on first-year accounting coeds of the Faculty of Economics and Business, Satya Wacana Christian University. The correlation between those two variables is that the more negative the body image, the higher the buying behavior of the coeds; and on the contrary, the more positive the body image, the lower the buying behavior of the coeds. The effective contribution of body image to the buying behavior is equal to 22,6%, while the remaining 77,4% is affected by other factors that are not revealed in this study.

Keywords: body image, buying behavior, first-year accounting coeds

PENDAHULUAN

Kalangan remaja, seringkali dikategorikan sebagai kelompok konsumen yang cenderung terbuka terhadap produk baru yang dimunculkan dipasaran. Kelompok ini juga diyakini selalu ingin mengikuti *trend* gaya hidup terkini, terlepas dari apakah sesungguhnya mereka benar-benar membutuhkan produk tersebut dan mendapat manfaat dari produk yang dikonsumsi. Remaja membeli produk tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, tetapi membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti untuk mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, dan tidak ingin memperoleh fungsi yang sesungguhnya dan menjadi suatu ajang pemborosan biaya karena belum memiliki penghasilan sendiri (Zebua & Nurdjayadi, 2001, h.73).

Minat pada penampilan diri tidak hanya mencakup pakaian, tetapi juga perhiasan pribadi, kerapian, daya tarik, dan bentuk tubuh yang ideal. Remaja sadar bahwa dukungan sosial teman sebaya akan sangat dipengaruhi oleh penampilan diri, juga berdasarkan benda-benda yang dimiliki (Hurlock, 2006, h.219). Pemikiran yang demikian dapat berpengaruh pada kehidupan remaja sebagai konsumen, yaitu berkaitan dengan upaya yang dilakukan remaja dalam pembelian terhadap segala sesuatu, terutama yang dapat meningkatkan atau menunjang penampilan.

Menurut Mowen & Minor (2002, h.322) Perilaku membeli didefinisikan sebagai semua tindakan konsumen untuk memperoleh, menggunakan, dan membuang barang atau jasa. Beberapa perilaku membeli adalah : membeli sebuah produk atau jasa kepada orang lain, membuang sebuah produk, dan mengumpulkan informasi sebelum melakukan pembelian.

Menurut Mowen & Minor, (2002, h. 272-273) membeli tidak lagi dilakukan untuk manfaat fungsional, tetapi lebih untuk nilai simboliknya. Lingkungan pergaulan remaja punya banyak pengaruh terhadap minat, sikap, pembicaraan, penampilan dan perilaku lebih besar dibandingkan dengan pengaruh keluarga (Hurlock, 2006, h.213), disebabkan pada masa remaja, remaja lebih banyak berada diluar rumah, remaja berusaha untuk melepaskan diri dari pengaruh orang tuanya.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwasanya remaja merupakan target pemasaran bagi para penjual barang dan jasa, dikarenakan karakteristik remaja yang mudah terpengaruh akan hal-hal yang baru serta keadaan remaja yang selalu ingin tampil menarik didepan orang lain. Remaja menjadi sangat memperhatikan penampilan dan menghabiskan banyak uang dan waktu serta usaha yang sungguh-sungguh untuk membuat penampilannya menjadi lebih baik. Usaha yang dilakukan remaja tersebut diatas merupakan upayanya untuk menunjang citra tubuhnya.

Menurut Cash & Pruzinsky (2002, h.7), citra tubuh merupakan penilaian individu terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, individu mempersepsi dan memberikan penilaian atas apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya, serta atas bagaimana penilaian orang lain terhadap diri individu yang bersangkutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hoyt (dikutip Tri Na'imah dan Pambudi Rahardjo, 2008, h.3) menemukan bahwa media massa memegang peran yang signifikan dalam membentuk perasaan remaja perempuan terhadap tubuhnya. Remaja sering membandingkan kondisi tubuhnya dengan *cultural ideal*, seperti survei *Psychology Today* yang dilakukan oleh Thompson (dikutip Tri Na'imah dan Pambudi Rahardjo, 2008, h.3) yang menemukan bahwa 23% dari 3.542 responden menyatakan bahwa selebriti yang muncul di media massa mempengaruhi citra tubuh mereka, 22% responden menyatakan bahwa citra tubuh mereka banyak dipengaruhi oleh model dalam majalah *fashion. Public figure* yang dalam hal ini diwakili oleh model merupakan target komparasi sosial remaja dalam membentuk citra tubuhnya.

Survei yang dilakukan oleh Martin (dikutip Setyadharma, 2012, h.4) mengenai kepuasan citra tubuh remaja perempuan di sebuah organisasi Amerika, diperoleh hasil bahwa kebanyakan remaja perempuan (59%) tidak puas dengan bentuk tubuh mereka. Sekitar 66% ingin menurunkan berat badan, sebanyak 65% merasa kegemukan dan 33% memandang citra dirinya terganggu dengan berat badan yang dimilikinya. Survei yang dilakukan oleh Goldstein (dikutip Smolak &

Thompson, 2009, h.48) menyatakan bahwa satu dari dua remaja perempuan Australia menyatakan merasa tidak puas dengan kulit yang dimiliki.

Perilaku membeli tidak bermasalah jika dilakukan secara wajar artinya membeli sesuai kebutuhan, tetapi permasalahan akan timbul jika perilaku membeli dilakukan secara berlebihan, membeli secara terus menerus dan tidak sesuai dengan kebutuhan karena akan menimbulkan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswi yang belum mempunyai penghasilan sendiri. Citra tubuh yang negatif merupakan masalah yang rumit bagi mahasiswi bahkan dapat menimbulkan frustrasi, karena selain mengurangi kepercayaan diri pada mahasiswi, menciptakan konsep diri yang kurang tepat, juga menyebabkan mahasiswi kurang menghargai diri sendiri atau memiliki harga diri yang rendah (Troisi, 2006, h.452).

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara citra tubuh dengan perilaku membeli pada mahasiswi tahun 2012 program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana.

Tinjauan Pustaka

Perilaku Membeli

Menurut Mowen & Minor (2002, h.322) Perilaku membeli didefinisikan sebagai semua tindakan konsumen untuk memperoleh, menggunakan, dan membuang barang atau jasa. Beberapa perilaku membeli adalah : membeli sebuah produk atau jasa kepada orang lain, membuang sebuah produk, dan mengumpulkan informasi sebelum melakukan pembelian.

Aspek perilaku membeli menurut Mowen & Minor (2002, h.6-7) adalah perilaku membeli, antara lain : proses pertukaran, tahap perolehan, unit pembelian, tahap konsumsi, tahap disposisi.

Citra Tubuh

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002, h.7), citra tubuh merupakan penilaian individu terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, bagaimana individu mempersepsi dan memberikan penilaian atas apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya.

Aspek citra tubuh menurut Cash & Pruzinsky (2002 h.146) adalah : evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan area tubuh, kecemasan menjadi gemuk, pengkategorian ukuran tubuh.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui apakah ada hubungan antara citra tubuh dengan perilaku membeli pada mahasiswi tahun 2012 program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana dan seberapa besar kontribusi efektif variabel citra tubuh dengan perilaku membeli pada mahasiswi tahun 2012 program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada sampel berjumlah 127 mahasiswi yang diperoleh melalui teknik *simple random sampling* dari populasi berjumlah 203 mahasiswi tahun 2012 program studi akuntansi fakultas ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswi tahun 2012 program studi akuntansi.

Penelitian ini menggunakan dua skala yaitu: skala perilaku membeli dengan aitem valid 30 aitem, pembuatan skala menggunakan aspek Mowen & Minor (2002, h.6-7) yaitu proses pertukaran, tahap perolehan, unit pembelian, tahap konsumsi, tahap disposisi. Skala citra tubuh dengan aitem valid 29 aitem, pembuatan skala menggunakan aspek Cash & Pruzinsky (2002, h.146) yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan area tubuh, kecemasan menjadi gemuk, pengkategorian ukuran tubuh.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Asumsi yang harus dipenuhi untuk analisis data dengan teknik analisis regresi sederhana adalah: uji normalitas, uji linearitas, analisis data deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Skala perilaku membeli terdiri dari 40 aitem dan diperoleh 30 aitem valid dengan dua kali putaran dengan koefisien reliabilitas 0,859. Skala citra tubuh terdiri dari 40 aitem dan diperoleh 29 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0,909. Uji coba dilaksanakan pada tgl 21 dan 22 Januari 2013 dengan jumlah subjek 50 mahasiswi. Penelitian dilaksanakan pada tgl 4-8 Februari dan 11 Februari 2013 dengan jumlah subjek 127 mahasiswi.

Uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogrof Googness of Fit Test*, hasil uji normalitas menunjukkan skor *Kolmogrof Smirnov* variabel perilaku membeli adalah 1,243 dengan $p = 0,091$ ($p > 0,05$) yang berarti variabel perilaku membeli memiliki distribusi normal. Variabel citra tubuh juga memiliki distribusi normal dengan skor sebesar 0,793 dengan $p = 0,556$ ($p > 0,05$).

Uji linearitas hubungan antara citra tubuh dengan perilaku membeli menghasilkan $F_{lin} = 36,458$ dengan nilai signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Keterangan tersebut menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel citra tubuh dengan perilaku membeli.

Uji hipotesis penelitian menunjukkan hasil analisis regresi sederhana diperoleh koefisien korelasi korelasi (r_{xy}) = -0,475 pada $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara citra tubuh dengan perilaku membeli. Tanda negatif menunjukkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat hubungan negatif antara citra tubuh dengan perilaku membeli mahasiswi tahun 2012 program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana dapat **diterima**.

Pembahasan

Hasil penelitian variabel perilaku membeli menunjukkan bahwa 0% (0 dari 127 mahasiswi) berada pada kategori sangat rendah, 2,36% (3 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori rendah, 72,44% (92 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori sedang, 25,19% (32 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori tinggi, dan 0% (0 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori sangat tinggi. Deskripsi kategori perilaku membeli menunjukkan bahwa rata-rata sampel penelitian memiliki perilaku membeli yang sedang yaitu sebanyak 72,44% (92 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori sedang dengan rentang nilai antara 67,5 sampai dengan 82,5. Artinya pada saat dilakukan penelitian, rata-rata mahasiswi dalam kategori sedang.

Hasil penelitian variabel citra tubuh menunjukkan bahwa 0% (0 dari 127 mahasiswi) berada pada kategori sangat negatif, 3,93% (5 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori negatif, 25,19% (32 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori sedang, dan 56,69% (72 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori positif, dan 14,7% (18 dari 127 mahasiswi) berada dalam kategori sangat positif. Deskripsi kategori citra tubuh menunjukkan bahwa rata-rata sampel penelitian memiliki citra tubuh yang positif yaitu sebanyak 56,69% (72 dari 127 mahasiswi) dengan rentang nilai antara 79,75 sampai dengan 94,25. Artinya pada saat dilakukan penelitian, rata-rata mahasiswi sedang berada dalam kategori citra tubuh yang positif.

Furnham & Boughton (dikutip Melliana, 2006, h.106) menyatakan salah satu dimensi penting dari harga diri adalah citra tubuh. Tingkat kepuasan terhadap sosok tubuh yang tinggi diasosiasikan dengan tingkat harga diri sosial yang tinggi pula. Beberapa ahli citra tubuh percaya bahwa ketidakpuasan terhadap sosok tubuh, terutama apabila diikuti dengan perasaan benci terhadap tubuh, merupakan suatu ekspresi dari harga diri yang rendah, maka dapat disimpulkan bahwasanya citra tubuh negatif berasal dari harga diri rendah yang dimiliki oleh individu.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Djudiyah (2002, h.105) pada remaja di Yogyakarta yang menunjukkan perilaku membeli dipengaruhi oleh materialisme, pemantauan diri, harga diri dan uang saku. Harga

diri rendah menunjukkan rendah diri dan citra tubuh negatif, kurang menghormati dan kurang menyukai dirinya sendiri. Individu yang mempunyai harga diri rendah cenderung membeli produk yang dapat menaikkan harga dirinya, yang sesuai dengan keinginan. Apabila hal ini memperoleh penguatan positif maka akan mengarahkan pada perilaku membeli yang tinggi.

Coopersmith (dikutip Pangastuti, 2010, h.13) mengemukakan bahwa individu dengan harga diri yang tinggi mempunyai kepercayaan diri yang tinggi. Mahasiswi dengan harga diri yang tinggi sudah dipastikan akan mempunyai citra tubuh yang positif, ketika mahasiswi memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan mampu menerima keadaan tubuh yang dimilikinya, mahasiswi tidak akan terdorong untuk melakukan perilaku membeli yang tinggi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara citra tubuh dengan perilaku membeli dengan nilai koefisien korelasi sebesar $-0,497$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Pernyataan tersebut mengandung arti bahwa hipotesis yang menyatakan adanya hubungan negatif yang signifikan antara citra tubuh dengan perilaku membeli diterima. Arah hubungan bersifat negatif, artinya semakin positif citra tubuh maka akan semakin rendah perilaku membeli mahasiswi dan sebaliknya, semakin negatif citra tubuh maka akan semakin tinggi perilaku membeli mahasiswi tahun 2012 program studi akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana.

Citra tubuh dalam penelitian ini memberikan sumbangan efektif sebesar 22,6% terhadap variabel perilaku membeli pada mahasiswi tahun 2012 program studi akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana, sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Saran

Bagi Subjek Penelitian

Hasil penelitian diperoleh bahwa citra tubuh mahasiswi tahun 2012 program studi akuntansi berada dalam kategori positif dan perilaku membeli berada dalam kategori normal. Peneliti menyarankan untuk tetap mempertahankan hal tersebut dan subjek diharapkan mulai membuat skala prioritas kebutuhan, dengan cara membuat catatan tentang berbagai macam kebutuhannya dimulai dari kebutuhan yang paling utama yang harus dipenuhi, sehingga dapat terhindar dari pengaruh negatif perilaku membeli yang berlebihan dan cenderung konsumtif.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang berminat melakukan penelitian tentang perilaku membeli perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku membeli seperti faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

DAFTAR PUSTAKA

- Cash & Pruzinsky. (2002). *Body Image: A handbook of Theory, research, and Chirical Practice*. New York: Guilford Press.
- Djudiah. (2002). Hubungan antara Pemantauan Diri, Harga Diri, Materialisme dan Uang Saku dengan Pembelian Impulsif pada Remaja. *Tesis* (Tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Hurlock, EB. (2006). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih Bahasa : Wasana. Jakarta : Erlangga.
- Melliana, A.S. (2006). *Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Edisi Pertama. Jogjakarta : PT LkiS Pelangi Aksara Jogjakarta
- Mowen, John C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Na'imah, T., Rahardjo, P. (2008). Pengaruh Komparasi Sosial pada *Public Figure* di Media Masa terhadap Citra tubuh Remaja di Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas, *Jurnal Penelitian Humaniora, Volume 9*, No. 2, 3-11.

- Pangastuti, D.Y.R. (2010). Pembelian Impulsif *Online* pada Pakaian ditinjau dari Harga Diri. *Ringkasan Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Setyadharma, K.A. (2012). Perbedaan Citra Tubuh Ditinjau Dari Strategi Koping Pada Peragawati Remaja Di Semarang. *Ringkasan Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Smolak, L. Thompson, J.K. (2009). *Body Image, Eating Disorders, and Obesity in Youth : Assesment, Prevention, and Treatment*. Washington, DC : American Psychological Association.
- Troisi, A., Giorgio, L., Alcini, S., Nanni, R.C., Pascuale, C., & Siracusano, A. (2006). Body Dissatisfaction in Women with Eating Disorders: Relationship to Early Separation Anxiety and Insecure Attachment. *Psychosomatic Medicine*, 46, 449-453.
- Zebua, A & Nurdjayadi, R. (2001). Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Phorensis*. Volume 3, No. 6, 72-82.