


<http://www.imttaiwan.com/main.php>
[Universitas Pembangunan Jaya \(http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/\)](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/)

## Apakah Anda Generasi Milenial Hypebeast? (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)

🕒 20 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)



(<https://web.facebook.com/MafindolD/>)  
Rangka%20Hari%20Konsumen%20Nasional%



Pernahkah Anda mendengar kata *hypebeast*? *Hypebeast* diartikan sebagai *slang* bagi mereka yang terobsesi (*beast*) dengan segala sesuatu yang kekininan (*hype*), khususnya untuk urusan penampilan (*fashion*).

*Hypebeast* sebenarnya dikaitkan dengan tren berpakaian yang mengenakan brand-brand ternama dan harus original seperti merek *streetwear* yang digemari remaja di urutan teratas yaitu Supreme yang didirikan pada tahun 1994 oleh James Jebbia dengan toko pertamanya di Lafayette Street, New York. Lalu, A Bathing Ape atau lebih dikenal dengan singkatannya BAPE yaitu *brand* asal Jepang yang didirikan oleh Nigo pada tahun 1993 dan pertama kali diluncurkan di Harajuku.

*Brand* ini juga menjadi buruan kaum milenial karena desain yang sederhana namun unik. Selain itu, masih banyak merek *streetwear* lain yang identik dengan *hypebeast* seperti Off-White, Stone Island dan Anti Social Social Club (ASSC).

*Hypebeast* yang sangat digemari oleh milenial atau anak muda sehingga menyebabkan *impulse buying* (pembelian impulsif). Padahal mengikuti tren *hypebeast* bisa membuat kantong merana karena *brand* yang tergolong *hypebeast* harganya jutaan hingga miliaran!

Hal ini karena berbelanja dulunya hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Saat ini belanja menjadi gaya hidup, sehingga belanja adalah untuk menunjukkan status sosial seseorang.

Tak hanya itu, godaan dari *mall* maupun toko *online* yang menjamur dan terus membombardir menciptakan stimulus lingkungan yang membangkitkan hasrat. Pembelian yang terjadi ketika konsumen melakukan pembelian dengan sedikit pertimbangan atau bahkan tidak ada sama sekali.



(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)



Keinginan mendadak untuk memiliki atau merasa membutuhkan benda tersebut dikenal dengan sebutan *impulse buying*. Karakteristik belanja impulsif adalah yaitu tidak direncanakan, pembelian berasal dari manipulasi lingkungan toko dan pembelian diputuskan secara *on the spot*.

Baca Juga: **Permudah Belanja Bulanan, Ini 4 Keuntungan Belanja Online**

(<http://www.infobintaro.com/permudah-belanja-bulanan-ini-4-keuntungan-belanja-online/>)

**BACA JUGA [Remaja Merokok, Bagaimana Mengatasinya?](#)**

(<http://www.infobintaro.com/remaja-merokok-bagaimana-mengatasinya/>)

Pembelian impulsif ini ditandai dengan hilangnya pengendalian diri sehingga terjadinya pembelian yang tidak seharusnya dilakukan. Terdapat dua dimensi pembelian *impulse buying* yaitu kognitif dan afektif. Dimensi kognitif yang dimaksudkan adalah kekurangan pada unsur pertimbangan dan unsur perencanaan dalam pembelian yang dilakukan. Pembelian yang dilakukan mungkin tidak direncanakan atau dipertimbangkan dengan matang untuk berbagai macam alasan. Misalnya ketika pembayaran tak terencana, hal tersebut dilakukan dalam waktu yang panjang atau dalam kasus pengulangan pembayaran atau kebiasaan pembayaran.

Sedangkan dimensi afektif meliputi dorongan emosional yang secara serentak meliputi perasaan senang dan gembira setelah membeli tanpa perencanaan lebih lanjut menambahkan. Belanja dilakukan secara tiba-tiba akibat munculnya perasaan atau hasrat untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan hati. Dorongan emosi tersebut dapat bersifat berkali-kali atau kompulsif alias tidak terkontrol. Perasaan yang muncul antara lain kecewaan penyesalan karena telah membelanjakan uang hanya untuk memenuhi keinginannya.

Baca Juga: **5 Kategori Belanja Terpopuler Di Asia Tenggara Dalam 6 Bulan Pertama Di Tahun 2018**

Hal inilah yang terjadi pada gaya *hypebeast* yang sedang marak. Banyak remaja berlomba untuk mengoleksi barang-barang yang populer ini untuk menunjukkan status sosial mereka. Pembelian terkadang dilakukan secara tiba-tiba dan dengan sedikit pertimbangan. Karakteristik yang menunjukkan bahwa suatu pembelian dapat dinyatakan sebagai *impulse buying*.

Ternyata hal ini kerap terjadi pada generasi milenial. Generasi milenial kerap dinilai sebagai generasi yang kreatif dan berani mengambil resiko. Mereka memiliki banyak ide-ide menarik dan memiliki karakter yang sangat produktif. Namun di sisi lain, mereka juga tergolong impulsif. Hal ini salah satunya dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran yang meliputi tampilan dan penawaran produk, situasional yang meliputi ketersediaan waktu dan uang, personal yang meliputi *mood*, identitas diri dan kepribadian.

**BACA JUGA [Brain Exercise : The Power of Making Games](#)**

(<http://www.infobintaro.com/brain-exercise-power-making-games/>)

Baca Juga: **6 Tips Belanja Online Secara Hemat dan Cermat Selama Ramadan**

Mudah-mudahan tulisan ini dapat menambah informasi bagi Anda. Di satu sisi, Anda boleh saja mengikuti tren *hypebeast* agar tampil *fashionable*. Namun di sisi lain ada baiknya Anda memahami perilaku tersebut dan dampaknya yang mungkin terjadi.

#### **PENULIS:**

Melia Ikkiu dan Gita Soerjoatmodjo  
Program Studi Psikologi Fakultas Humaniora dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Jaya

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anin, A., Rasimin, B. S., Atamimi, N. (2008). Hubungan *Self Monitoring* Dengan *Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja*. *Jurnal Psikologi Volume 35*. Diambil dari <https://jurnal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/7951/6149> (<https://jurnal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/7951/6149>)
- Hendrietta, P. (2012). *Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta*. *Jurnal Psikologi*. Diambil dari <https://www.neliti.com/publications/139366/impulsivebuying-pada-dewasa-awal-di-yogyakarta> (<https://www.neliti.com/publications/139366/impulsivebuying-pada-dewasa-awal-di-yogyakarta>)
- Herabadi, A.G & Verplanken, B. (2003). *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking*. *European Journal of Personality* S71-S83. Diambil dari : <https://www.researchgate.net/publication/227911258>  
<https://www.researchgate.net/publication/227911258>  
(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)
- Aprilia, R., & Aprilia, E. D. (2017). *Impulse buying pada mahasiswa di Banda Aceh*.

*Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), 170-183. Diambil dari [http://jurnal.ar-](http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/PsikoIslam/article/view/2449)

[raniry.ac.id/index.php/PsikoIslam/article/view/2449](http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/PsikoIslam/article/view/2449) (http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/PsikoIslam/article/view/2449)

Tambunan, R. (2001). Remaja dan perilaku *impulse buying*. Diambil dari <http://epsikologi.com/remaja/191101.htm> (http://epsikologi.com/remaja/191101.htm).

(2019). Berapa harga outfit lo? Part 7|Sneakerbles 2019.(Video File). Diakses pada 14 April 2019, dari <https://www.youtube.com/watch?v=PvUvzrl43OE> (https://www.youtube.com/watch?v=PvUvzrl43OE)

## Terkait

Membimbing Anak Agar Merajut Karir Sejak Dini (<http://www.infobintaro.com/membimbing-anak-agar-merajut-karir-sejak-dini/>)

Memahami Survey Menjelang Pilpres (<http://www.infobintaro.com/memahami-survey-menjelang-pilpres/>)

Stress Akibat Tuntutan Pekerjaan dan Cara Mengatasinya (Studi Kasus: Profesi Polisi) (<http://www.infobintaro.com/stress-akibat-tuntutan-pekerjaan-dan-cara-mengatasinya-studi-kasus-profesi-polisi/>)

Berteman Dengan Anak (<http://www.infobintaro.com/berteman-dengan-anak/>)

Perilaku Belanja Impulsif dan Self Esteem (<http://www.infobintaro.com/perilaku-belanja-impulsif-dan-self-esteem/>)

Attachment Dalam Relasi Romantis (<http://www.infobintaro.com/attachment-dalam-relasi-romantis/>)

Evaluasi Diri dengan Segenap Hati (<http://www.infobintaro.com/evaluasi-diri-dengan-segenap-hati/>)

Tips Sukses Kuliah Sambil Kerja (<http://www.infobintaro.com/tips-sukses-kuliah-sambil-kerja/>)

Membangun Mental Juara (<http://www.infobintaro.com/membangun-mental-juara/>)

Karakteristik Kepemimpinan Dalam Berwirausaha

(<http://www.infobintaro.com/karakteristik-kepemimpinan-dalam-berwirausaha/>)

## More Stories

(<http://www.infobintaro.com/generasi-milenial-hindari-belanja-kompulsif-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA ([HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/))

**Generasi Milenial, Hindari Belanja Kompulsif (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)** (<http://www.infobintaro.com/generasi-milenial-hindari-belanja-kompulsif-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

© 19 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

(<http://www.infobintaro.com/apakah-kamu-posesif-terhadap-pacar-bisa-jadi-karena-ini/>)



(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA ([HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/))

### Apakah Kamu Posesif Terhadap Pacar? Bisa Jadi Karena Ini (<http://www.infobintaro.com/apakah-kamu-posesif-terhadap-pacar-bisa-jadi-karena-ini/>)

🕒 6 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

(<http://www.infobintaro.com/memahami-survey-menjelang-pilpres/>)

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA ([HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/))

### Memahami Survey Menjelang Pilpres (<http://www.infobintaro.com/memahami-survey-menjelang-pilpres/>)

🕒 16 March 2019 Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

## You may have missed

(<http://www.infobintaro.com/sekarang-bisa-menikmati-kopi-minahasa-di-bintaro/>)

(<http://www.infobintaro.com/inovasi-teknologi-kamera-selfie-vivo-v15/>)

(<http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

Kuliner (<http://www.infobintaro.com/category/kuliner/>)

Etalase (<http://www.infobintaro.com/category/etalase/>)

Universitas Pembangunan Jaya  
(<http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/>)

### Sekarang Bisa Menikmati Kopi Minahasa di Bintaro

(<http://www.infobintaro.com/sekarang-bisa-menikmati-kopi-minahasa-di-bintaro/>)

🕒 21 April 2019 Eva GS

(<http://www.infobintaro.com/author/eva/>)

### Inovasi Teknologi Kamera Selfie Vivo V15

(<http://www.infobintaro.com/inovasi-teknologi-kamera-selfie-vivo-v15/>)

🕒 20 April 2019 Ega

(<http://www.infobintaro.com/author/ega/>)

### Apakah Anda Generasi Milenial Hypebeast? (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)

(<http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 20 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya

(<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

(<http://www.infobintaro.com/generasi-milenial-hindari-belanja-kompulsif-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

(<http://www.infobintaro.com/mau-beli-mobil-simak-beberapa-tips-berikut/>)

Universitas Pembangunan Jaya  
(<http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/>)

Gaya Hidup (<http://www.infobintaro.com/category/gaya-hidup/>)

### Generasi Milenial, Hindari Belanja Kompulsif (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)

(<http://www.infobintaro.com/generasi-milenial-hindari-belanja-kompulsif-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 19 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya

(<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

### Mau Beli Mobil? Simak Beberapa Tips Berikut

(<http://www.infobintaro.com/mau-beli-mobil-simak-beberapa-tips-berikut/>)

🕒 19 April 2019 bonnie

(<http://www.infobintaro.com/author/bonnie/>)



(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)



(https://www.infobintaro.com/info\_bintaro/)

[Tentang Kami](#)
[Kebijakan Privasi](#)
[Panduan Keamanan](#)
[Frequently Asked Questions](#)
[Pedoman Pemberitaan Media Siber](#)
[Hubungi Kami](#)

Copyright Info Bintaro © 2019 All rights reserved.



- Home (<http://www.infobintaro.com/>)
- Berita Utama (<http://www.infobintaro.com/berita-utama/>)
- Kuliner (<http://www.infobintaro.com/kuliner/>)
- Etalase (<http://www.infobintaro.com/etalase/>)
- Acara (<http://www.infobintaro.com/acara/>)
- Pendidikan (<http://www.infobintaro.com/pendidikan/>)
- Kesehatan (<http://www.infobintaro.com/kesehatan/>)
- Gaya Hidup (<http://www.infobintaro.com/gaya-hidup/>)
- Komunitas (<http://www.infobintaro.com/komunitas/>)
- X**
- Tentang Kami (<http://www.infobintaro.com/tentang-kami/>)
- Kebijakan Privasi (<http://www.infobintaro.com/kebijakan-privasi/>)
- Panduan Keamanan (<http://www.infobintaro.com/panduan-keamanan/>)
- Frequently Asked Questions (<http://www.infobintaro.com/faq/>)
- Pedoman Pemberitaan Media Siber (<http://www.infobintaro.com/pedoman-pemberitaan-media-siber/>)
- Hubungi Kami (<http://www.infobintaro.com/hubungi-kami/>)

