

ABSTRACT

The researches that study about the phenomenon of purchase behavior is important to be explored. Which one is compulsive buying. Compulsive buying is consumer purchase behavior repetitively. One of the factors that could influence compulsive buying is intrinsic goals that consists of self-acceptance, affiliation, and community feeling. The purpose of this study is to examine the effect of intrinsic goals on compulsive buying.

The respondents in this study is are students of Maranatha Christian University. Sampling technique used was convenience sampling, with 192 respondents could be used from 200 questioners that distributed.

The result shows only one hypotheses showed significant results of the three one, which is community feeling has impact negatively on compulsive buying. Self-acceptance and affiliation do not have impact negatively on compulsive buying.

Keywords : compulsive buying, intrinsic goals, self-acceptance, affiliation, community feeling

ABSTRAK

Penelitian – penelitian yang mempelajari fenomena perilaku pembelian sangat menarik untuk diselidiki. Salah satunya adalah *compulsive buying*. *Compulsive buying* adalah perilaku pembelian konsumen yang dilakukan secara berulang-ulang. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *compulsive buying* adalah *intinsic goals* yang terdiri dari *self-acceptance*, *affiliation*, dan *community feeling*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *intrinsic goals* terhadap *compulsive buying*.

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan 192 responden yang dapat digunakan dari 200 kuesioner yang disebarkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga hipotesis yang diajukan hanya satu yang menunjukkan hasil signifikan, yaitu *community feeling* berpengaruh terhadap *compulsive buying*. Sedangkan *self-acceptance* dan *affiliation* tidak berpengaruh negative terhadap *compulsive buying*.

Kata kunci : *compulsive buying*, *intrinsic goals*, *self-acceptance*, *affiliation*, *community feeling*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Personal Goals.....	8
2.1.2 Compulsive Buying.....	12
2.2 Pengaruh Intrinsic Goals terhadap Compulsive Buying	23
2.3 Model Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian	27
3.2 Jenis Penelitian	27
3.3 Desain Penelitian	28
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.5 Metode Pengambilan Sampel	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.7 Definisi Operasional Variabel	30
3.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	39
3.9 Metode Uji Pengaruh X terhadap Y	50
3.10 Kriteria Pengujian	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Respon Kuesioner	51
4.2 Karakteristik Responden	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Besarnya Uang Saku....	54
4.3 Pengujian Pengaruh <i>Intrinsic Goals</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	54
4.4 Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis dan Pembahasannya	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	65
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	66
5.2 Implikasi Penelitian	67

DAFTAR PUSTAKA	69
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	26

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X dan Y	32
Tabel 3.2 KMO and Bartlett Test Analisis Faktor Awal	41
Tabel 3.3 Rotated Component Matrix Analisis Faktor Awal	42
Tabel 3.4 KMO and Bartlett Test Analisis Faktor Akhir	44
Tabel 3.5 Rotated Component Matrix Analisis Faktor Akhir	45
Tabel 3.6 Reliability Analysis-Scale (Alpha) Awal	49
Tabel 3.7 Reliability Analysis-Scale (Alpha) Akhir	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Karakteristik Resonden Berdasarkan Besarnya Uang Saku	54
Tabel 4.4 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	55
Tabel 4.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	56
Tabel 4.6 Pengaruh <i>Intrinsic Goals: Self-Acceptance, Affiliation,</i> dan <i>Community Feeling Terhadap Compulsive Buying</i>	58
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner Penelitian
- Lampiran B Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran C Hasil Analisis Deskriptif dan Regresi