

ABSTRAK

Perilaku pembelian yang kompulsif adalah perilaku pembelian yang tidak terkontrol yang merupakan respon atas kejadian atau perasaan yang negatif, tujuan utamanya adalah mencari kesenangan pada proses pembelian bukan pada produk. Terdapat faktor ekstrinsik. Berkenaan dengan hal ini, maka penelitian . Berkenaan dengan hal ini, maka peneliti mencoba untuk membahas variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yakni variabel Pola Komunikasi keluarga, parental yielding, dan Perilaku pembelian compulsive buying. Responden yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah siswa-siswi sekolah menengah utama BPK 1 Penabur Bandung. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel pola komunikasi keluarga tidak ada pengaruh terhadap pembelian yang kompulsif, sedangkan parental yielding dan perilaku pembelian orang tua memiliki pengaruh yang positif terhadap pembelian kompulsif

Kata kunci : Pengaruh komunikasi keluarga, parental yielding dan Perilaku pembelian keluarga terhadap kompulsif.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PENGANTAR KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penelitian.....	4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Perilaku pembelian yang kompulsif(<i>Compulsif buying</i>).....	6
2.2. Pengaruh keluarga pada perilaku pembelian yang kompulsif.....	9
2.3 Pengembangan Hipotesis	
2.3.1. Pola komunikasi keluarga	11
2.3.2. Parental Yielding.....	13

2.3.3. Perilaku Pembelian Orangtua.....	14
2.4. Hipotesis Penelitian.....	15
2.4.1 Pola Komunikasi Keluarga(Berorientasi pada Konsep dan Sosial)...	15
2.4.2 <i>Parental Yielding</i>	15
2.4.3 Perilaku Pembelian Orangtua.....	15
2.5. Model Penelitian.....	16

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian.....	17
3.2. Populasi dan Sampel.....	18
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.4 .Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5. Definisi Operasisasi Variabel.....	19
3.5.1. Pola Komunikasi Keluarga Berorientasi Konsep	20
3.5.2. Pola Komunikasi Keluarga Berorientasi Sosial.....	20
3.5.3. Parental Yielding.....	21
3.5.4 Perilaku Pembelian Orangtua.....	21
3.5.5 Perilaku Pembelian Yang Kompulsif	21
3.6 Uji Validitas	25
3.7 Reliabilitas	34
3.8. Uji pengaruh Variabel “X” pada Variabel”Y”	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Pembahasan	37
4.2 Hasil Pengujian Regresi.....	38
4.3 Pengujian Hipotesis.....	39
4.3.1 Pengujian hipotesis Pola Komunikasi keluarga(Orientasi Konsep)....	42
4.3.2 Pengujian Hipotesis Pola Komunikasi Keluarga (Orientasi Sosial)...	43
4.3.3 Pengujian Hipotesis Parental Yielding.....	44
4.3.4 Pengujian Hipotesis Perilaku Pembelian Orangtua.....	45

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Impilikasi Manajerial.....	47
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	48
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.5 Model Penelitian.....	16
3.1 Skala Compulsive Buying.....	23

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Skala Compulsive Buying.....	23
3.2 KMo and Barlett,s Test.....	26
3.3 Anti- image Matrices.....	26
3.4 Rotated component Matrix Awal.....	29
3.5 KMO and Barlett,s Test Akhir.....	30
3.6 Anti-image Matrices Akhir.....	31
3.7 Rotated Component Matrix Akhir.....	33
3.8 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	35
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan.....	39
4.4 Model Summary.....	40
4.5 Anova.....	40
4.6 Coeffciensts.....	41