

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam jaman seperti sekarang kebutuhan berbelanja sangat penting. Banyak hal yang menyebabkan seseorang harus belanja. Dari untuk memenuhi kebutuhan pokok dan sehari-hari.

Namun disamping itu terdapat suatu perilaku konsumen untuk membeli barang itu berulang-ulang akan suatu produk atau barang yang sebenarnya tidak diperlukan hal ini dikarena konsumen tersebut merasa bahwa dengan berbelanja mereka bisa mengurangi atau melupakan peristiwa yang tidak menyenangkan yang sedang mereka alami, perilaku ini lah yang disebut sebagai perilaku pembelian yang kompulsif (*compulsive buying*),

Menurut hasil studi di amerika perilaku pembelian kompulsif ini pertama kali dilakukan pada tahun 1915, dan sampai saat ini perilaku pembelian yang kompulsif masih terus berkembang dimasyarakat. Perilaku pembelian yang kompulsif (*compulsive buying*) merupakan perilaku yang dilakukan secara berulang-ulang sebagai suatu akibat dari peristiwa yang tidak menyenangkan (Faber dan O' Guinn 1989). Karena perilaku kompulsif yang menyebabkan keasyikan berbelanja memberikan dampak negatif bagi para penderitanya, meskipun ada dampak positifnya dari perilaku pembelian kompulsifnya namun itu hanya bersifat sementara, saat mereka belanja, pembeli

kompulsif dapat melaporkan merasa sangat bersemangat, bahagia, dan kuat. Namun emosi ini sering diikuti dengan tekanan atau rasa bersalah. Mereka dapat kembali melakukan pembelian kemudian mereka menyimpannya di dalam lemari atau loteng, dan tidak pernah digunakan.

Satu survei memperkirakan 2% sampai 8% (John M. Kuzma, MD, 2006) bagi dewasa memenuhi kriteria gangguan belanja kompulsif, dan berbasis masyarakat dan klinik survei menunjukkan bahwa 86% hingga 95% gangguan compulsive buyer adalah remaja wanita (lembaga survei sugges, 2006). perbedaan jenis kelamin yang dilaporkan mungkin artifactual; wanita mudah mengakui bahwa mereka menikmati berbelanja, sedangkan laki-laki lebih sulit untuk berkumpul.

Perilaku terjadi sepanjang tahun tetapi mungkin terjadi sekitar hari-hari libur atau hari ulang tahun. Contohnya pembelian pakaian, sepatu, kosmetik, perhiasan dan membeli barang-barang yang terkenal bagi wanita, meskipun laki-laki dengan gangguan ini mungkin berfokus pada elektronik, peralatan olahraga, atau aksesoris mobil. Ketika tidak aktif membeli, pasien tetap sibuk dengan belanja, meneliti pesanan pos katalog atau iklan surat kabar dan berkhayal tentang pembelian berikutnya.

Dampak negatif pada dari perilaku pembelian ini bisa mengakibatkan seseorang mengalami kebangkrutan, hutang dimana-mana, bisa juga mengakibatkan keretakan dalam rumah tangga dan juga menderita dihari tuanya (Gwin et al., 2005; Benson, 2000; Dittmar, 2004 dalam Dittmar 2005)

Q Guinn dan Faber (1989) mengungkapkan bahwa yang menjadi motivasi utama terjadinya pembelian kompulsif adalah pencarian terhadap manfaat psikologis dari proses pembelian tersebut, bukan produk yang mereka beli. hal ini

terjadi karena adanya dorongan hati atau keinginan yang kuat untuk melakukan pembelian (misalnya hati gelisah, dengan berbelanja atau menghabiskan waktu membeli barang-barang dianggap mampu membantu seseorang keluar dari masalahnya).

Faktor keluarga memegang peranan yang sangat penting dalam pembentukan perilaku pembelian yang kompulsif, yaitu *dengan Pola komunikasi keluarga dan parental yielding dan perilaku orang tua dapat mempengaruhi timbulnya pembelian kompulsif.*

Pertama pola komunikasi keluarga berorientasi dimana orang tua sangat menghargai pendapat anak-anak mereka dan mendorong anak-anak mereka untuk memperhatikan berbagai alternatif yang ada sebelum mereka mengambil suatu keputusan. Pola komunikasi keluarga berorientasi sosial, orang tua cenderung mendorong agar anak-anaknya untuk dapat sedikit menghargai pendapat orang lain sehingga pembelian yang dilakukan oleh anak didasarkan pada persepsi orang lain. *Kedua*, Parental yielding, orang tua tipe ini memberikan kebebasan pada anaknya dan selalu memberikan apapun yang menjadi permintaan anaknya untuk mengganti waktu yang hilang bersama anak-anaknya karena kesibukannya atau rasa ketidaknyamanan akibat adanya kekacauan dalam keluarga. *Ketiga*, perilaku pembelian orang tua, orangtua tipe ini sering kali menggunakan uang atau hadiah sebagai indikasi penghargaan akan sesuatu sebagai ganti rugi rasa sayang orang tua pada anaknya..

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *"Pengaruh pola komunikasi keluarga, Parental yielding, dan Perilaku pembelian orang tua terhadap compulsive buying"*.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang masalah diatas :

1. Bagaimana pola komunikasi keluarga terhadap compulsive buying?
- 2 . Bagaimana parental yielding terhadap compulsive buying?
- 3 . Bagaimana perilaku pembelian orang tua terhadap compulsive buying?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas :

1. Untuk mengetahui pola komunikasi keluarga terhadap compulsive buying
2. Untuk mengetahui parental yielding terhadap compulsive buying
3. Untuk mengetahui perilaku pembelian orang tua terhadap compulsive buying

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat khususnya bagi penulis sendiri,dan untuk umum yaitu:

1. Memberikan kontribusi yang positif dengan memberikan bukti yang akurat sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian bagi kalangan akademis maupun praktisi mengenai pengaruh *Pola komunikasi keluarga,Parental yielding,dan Perilaku pembelian orang tua terhadap compulsive buying*
2. Memberikan pengetahuan yang lebih lanjut mendalam terhadap para konsumen yang sampai sekarang ini masih memiliki hasrat berbelanja

yang tinggi agar lebih memperhatikan bahwa perilaku pembelian yang kompulsif banyak memberikan dampak negatif

### **1.5 Batas Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada *Pola komunikasi keluarga, Parental yielding, dan Perilaku pembelian orang tua terhadap compulsive buying.*

Sebagai responden penelitian ini adalah Sekolah Menengah Pertama BPK 1 Penabur Bandung dikarenakan membantu untuk penelitian ini mendapat hasil yang sangat akurat dan mudah mendapatkan informasi dan data

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Dalam penelitian ini, sistematika penulisannya adalah:

Bab I : Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan penelitian, Sistematika penelitian

Bab II : Perilaku pembelian yang kompulsif (compulsive buying), Pola komunikasi keluarga, Parental yielding, Perilaku pembelian orang tua.

Bab III : Desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, metode

Pengumpulan data, definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas,

metode analisis data.

Bab IV : Hasil penelitian dan Pembahasan

Bab V : Kesimpulan dan Saran