

ABSTRAK

Compulsive buying adalah perilaku pembelian yang berulang - ulang atau tidak terkontrol dikarenakan karena adanya respons dari perasaan negatif, *compulsive buying* ini dilakukan dengan tujuan utamanya yaitu mencari atau memperoleh kesenangan pada proses pembeliannya bukan pada produk pembelian tersebut. Dalam Pembelian Kompulsif ini terdapat salah satu faktor yang mempengaruhi *compulsive buying* yaitu *intrinsic goals* yang terdiri dari *self – acceptance*, *affiliation*, dan *community feeling*. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *intrinsic goals* terhadap *compulsive buying* dengan *gender* sebagai variabel moderasi.

Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat disekitar Jalan Surya Sumantri Bandung dengan jumlah respondennya sebesar 100 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sample ini adalah *purposive sampling* atau dengan cara penyebaran kuisioner kepada responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat hipotesis yang diajukan terdapat dua yang menunjukkan hasil yang signifikan yaitu *community feeling* dan *gender* berpengaruh terhadap *compulsive buying*. Sedangkan *self – acceptance* dan *affiliation* tidak berpengaruh terhadap *compulsive buying*.

Kata Kunci: *intrinsic goals*, *self – acceptance*, *affiliation*, *community feeling*, *compulsive buying*, *gender*.

ABSTRACT

Compulsive buying is a repeat purchase behavior - because of repeated or uncontrolled because of the response of negative feelings, compulsive buying is done with the primary purpose of seeking or obtaining pleasure in their purchasing process rather than on product purchase. In Compulsive Buying have one of the factors that affect compulsive buying is the intrinsic goals of self - acceptance, affiliation, and community feeling. This research was conducted to examine the influence of the intrinsic goals of compulsive buying with gender as a moderating variable.

Respondents selected in this research is development around Surya Sumantri Street Bandung, with respondents of 100 respondents. Techniques used in this sampling is purposive sampling or by way of questionnaires to the respondents.

The results of this study indicate that the four hypotheses proposed that there are two significant results which indicate a community feeling and gender influence terhadap compulsive buying. While self - acceptance and affiliation did not affect compulsive buying.

Keywords: *intrinsic goals, self – acceptance, affiliation, community feeling, compulsive buying, gender.*

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Sistematika Pembahasan	7
BAB II KAJIAN PUTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 <i>Personal Goals</i>	9
2.1.2 <i>Compulsive Buying</i>	15
2.2 Pengaruh <i>Intrinsic Goals</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	18

2.3 Pengaruh <i>Gender</i> pada <i>Personal Goals</i> dan <i>Compulsive Buying</i>	20
2.4 Model Penelitian dan Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Populasi Sampel dan Penelitian	25
3.3 Metode Pengambilan Sampel	25
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.6.1 Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	28
3.6.2 Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	37
3.7 Metode Analisis Data.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Respon Kuesioner.....	40
4.2 Karakteristik Responden.....	40
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	43
4.3 Pengujian Pengaruh <i>Intrinsic Goals</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	44
4.4 Pengujian Variabel Moderasi <i>Gender</i>	48
4.5 Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis dan Pembahasannya	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	57
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	58
5.3 Implikasi Penelitian	59

DAFTAR PUSTAKA	61
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Analisis Faktor Awal	28
Tabel 3.2 <i>Anti - Image Matrics (Correlation)</i> Awal.....	30
Tabel 3.3 <i>Rotated Component Matrix</i> Awal.....	31
Tabel 3.4 <i>KMO and Bartlett's Test</i> Analisis Faktor Akhir	33
Tabel 3.5 <i>Anti - Image Matrics (Correlation)</i> Akhir.....	34
Tabel 3.6 <i>Rotated Component Matrix</i> Akhir.....	36
Tabel 3.7 <i>Reability Analysis Scale (Alpha)</i> Awal.....	37
Tabel 3.8 <i>Reability Analysis Scale (Alpha)</i> Akhir.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	43
Tabel 4.4 Uji Signifikansi Simultan	44
Tabel 4.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	45
Tabel 4.6 Hasil Regresi Total Observasi (Pria dan Wanita)	48
Tabel 4.7 Hasil Regresi Total Observasi Pria	50
Tabel 4.8 Hasil Regresi Total Observasi Wanita	51
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh <i>Self Acceptance</i> , <i>Affiliation</i> , <i>Self Acceptance</i> , dan <i>Gender</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	23

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran III Hasil Analisis Deskriptif dan Regresi