

ABSTRACT

Compulsive buying behavior is a consumer behavior that buying products continuously caused by a condition that was unpleasant and compulsive buying behavior has a negative effects to its insured. There are some factors that could affect everyone to be come a compulsive buying, one of them is the family factor. Due to those thing, This to research is trying to identify variables that affect compulsive buying behavior. The variables that used is, family communication path (concept and social oriented), parental yielding, and parental buying behavior. The respondents in this research are college students of Maranatha Christian University. Multiple-regression model is used in this research. Results of this research show that family communication path (concept and social oriented), and parental yielding didn't affect to compulsive buying behavior, meanwhile the parental buying behavior positively affect to compulsive buying behavior.

Keyword: Family communication path (concept and social oriented), parental yielding, and parental buying behavior, and compulsive buying behavior.

ABSTRAK

Perilaku pembelian yang kompulsif merupakan perilaku konsumen yang membeli barang secara terus-menerus diakibatkan dari adanya suatu kondisi yang tidak menyenangkan dan perilaku pembelian yang kompulsif memiliki dampak yang negatif bagi para penderitanya. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi setiap orang memiliki perilaku pembelian yang kompulsif, salah satunya yaitu faktor keluarga. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi pembelian yang kompulsif. Adapun variabel yang digunakan meliputi pola komunikasi keluarga (orientasi konsep dan sosial), *parental yielding*, dan perilaku pembelian orangtua. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Model regresi berganda digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan pola komunikasi keluarga berorientasi konsep dan sosial serta *parental yielding* tidak berpengaruh pada perilaku pembelian yang kompulsif, sementara perilaku pembelian orangtua memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku pembelian yang kompulsif.

Kata kunci: Pola komunikasi keluarga (orientasi konsep dan sosial), *parental yielding*, dan perilaku pembelian orangtua dan perilaku pembelian yang kompulsif.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Lingkup Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Perilaku Pembelian yang Kompulsif (<i>Compulsive Buying</i>).....	6
2.2 Pengaruh Keluarga pada Perilaku Pembelian yang Kompulsif	9
2.3 Pengembangan Hipotesis	11

2.3.1 Pola Komunikasi Keluarga.....	12
2.3.2 <i>Parental Yielding</i>	14
2.3.3 Perilaku Pembelian Orangtua	16
2.4 Hipotesis Penelitian	17
2.4.1 Pola Komunikasi Keluarga (Orientasi konsep dan sosial)	17
2.4.2 <i>Parental yielding</i>	17
2.4.3 Perilaku Pembelian Orangtua	17
2.5 Model Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Populasi dan Sampel.....	20
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5.1 Pola Komunikasi Keluarga Berorientasi Konsep	22
3.5.2 Pola Komunikasi Keluarga Berorientasi Sosial.....	23
3.5.3 <i>Parental Yielding</i>	23
3.5.4 Perilaku Pembelian Orangtua	24
3.5.5 Perilaku Pembelian yang Kompulsif	24
3.6 Uji Validitas	25
3.7 Reliabilitas	33
3.8 Uji Pengaruh Variabel “X” pada Variabel “Y”	35
BAB IV PEMBAHASAN	36
4.1 Deskripsi Pembahasan	36

4.2 Hasil pengujian Regresi	39
4.3 Pengujian Hipotesis	40
4.3.1 Pengujian Hipotesis Pola Komunikasi Keluarga (Orientasi Konsep).....	41
4.3.2 Pengujian Hipotesis Pola Komunikasi Keluarga (Orientasi Sosial)	42
4.3.3 Pengujian Hipotesis <i>Parental Yielding</i>	43
4.3.4 Pengujian Hipotesis Perilaku Pembelian Orangtua	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Pola Komunikasi Keluarga	47
5.3 Parental Yielding	48
5.4 Perilaku Pembelian Orangtua.....	48
5.5 Implikasi Penelitian	49
5.5.1 Bagi Akademisi	49
5.5.2 Bagi Pemasar	50
5.5.3 Bagi Konsumen	51
5.6 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.7 Saran	53

DAFTAR TABEL

		Halaman
BAB III	Tabel 3.1 <i>Skala Compulsive Buying</i> (Skala Modifikasi)	25
	Tabel 3.2 KMO and Bartlett's Test Awal	26
	Tabel 3.3 Anti-image Matrices Awal	27
	Tabel 3.4 Rotated Component Matrix ^a Awal	28
	Tabel 3.5 KMO and Bartlett's Test Akhir	30
	Tabel 3.6 Anti-image Matrices Akhir	31
	Tabel 3.7 Rotated Component Matrix ^a Akhir	32
	Tabel 3.8 Hasil Pengujian Reliabilitas	34
BAB IV	Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
	Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
	Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan	38
	Tabel 4.4 Model Summary	39
	Tabel 4.5 ANOVA ^b	39
	Tabel 4.6 Coefficients ^a	40

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	KARAKTERISTIK RESPONDEN
LAMPIRAN 3	UJI VALIDITAS & RELIABILITAS
LAMPIRAN 4	UJI REGRESI