**PENGARUH SIFAT PSIKOLOGIS KONSUMENTERHADAP
PEMBELIAN KOMPULSIF
(Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto)**

Adil Abdillah
Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto
Ayah.adil1181@gmail.com

ABSTRACT

Development of the theory of consumer behavior found any part of the bad side of consumer shopping behavior. Such behavior is compulsive buying. This research study is a replication of Johnson and Attman (2009). Researchers wanted to prove a pattern of relationships variable used in the study, applied in Indonesia. The problem of this research is whether there is a significant difference in the relationship pattern between variables or the same, where there is a difference of background between this research and previous research. The method used in this study is the path analysis, using 100 respondents from Mayjen Sungkono University students of Mojokerto.

Research shows that all paths are significant positive and it can be concluded that the direct influence of the tendency of neuroticism, materialism, and orientation to the fashion of compulsive buying and indirect effect on compulsive buying through materialism and fashion orientation. Thus materialism and fashion orientation to reinforce the tendency toward neuroticism compulsive buying behavior

Keywords: Consumer Behavior, Compulsive Buying, Neuroticism, Materialism, Fashion Orientation

ABSTRAK

Perkembangan teori tentang perilaku konsumen menemukan adanya bagian dari sisi buruk perilaku berbelanja konsumen. Perilaku tersebut adalah pembelian kompulsif. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Johnson dan Attman (2009). Peneliti ingin membuktikan pola hubungan dari variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut, diaplikasikan di Indonesia. Permasalahan penelitian ini adalah apakah ditemukan adanya perbedaan signifikansinya pola hubungan antar variabel atautkah sama, dimana terdapat perbedaan latar belakang antara penelitian ini dan penelitian terdahulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur, menggunakan 100 reponden dari mahasiswa Universitas Mayjen SungkonoMojokerto.

Penelitian membuktikan bahwa semua jalur adalah signifikan positif dan dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh langsung kecenderungan neurotisme, materialisme, dan orientasi pada *fashion* terhadap pembelian kompulsif dan pengaruh tidak langsung terhadap pembelian kompulsif melalui materialisme dan orientasi *fashion*. Dengan demikian materialisme dan orientasi terhadap *fashion* memperkuat kecenderungan neurotisme terhadap perilaku pembelian kompulsif.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Pembelian Kompulsif, Neurotisme, Materialisme, Orientasi Fashion

PENDAHULUAN

Teori tentang perilaku konsumen semakin berkembang seiring dengan semakin berubahnya kondisi social masyarakat dan pengaruh semakin majunya teknologi dan sistem informasi. Menurut Bellenger *et al.*, (1978) studi tentang perilaku konsumen dapat memungkinkan para pemasar menjadikan sebagai peluang dengan memahami dan meramalkan konsumen, bagaimana mereka melakukan proses pengambilan keputusan di pasar, yaitu bukan hanya apa yang dibeli atau di belanjakan konsumen tetapi lebih jauh kapan, dimana dan bagaimana. Perkembangan dari beberapa studi tentang perilaku konsumen, menjelaskan adanya perilaku konsumen yang tergolong abnormal, salah satunya adalah perilaku kompulsif.

Pembelian kompulsif merupakan sisi buruk dari perilaku konsumen, yang merupakan perilaku berbelanja merupakan tendensi yang kronis terhadap pembelian jauh dari sumber dan kebutuhan orang tersebut. Pembeli kompulsif melakukan pembelian hanya untuk mengurangi ketegangan, kecemasan, tidak percaya diri yang timbul dalam diri konsumen, tetapi setelah melakukan pembelian tersebut kebanyakan konsumen akan merasa menyesal. O'Guinn dan Faber (1989) mengungkapkan bahwa yang menjadi motivasi utama terjadinya pembelian

kompulsif adalah pencarian terhadap manfaat psikologis dari proses pembelian tersebut, bukan pada produk yang dibeli. Konsumen yang membeli secara kompulsif lebih mungkin untuk mempertunjukkan kompulsifitas sebagai suatu ciri pribadi, mempunyai penghargaan diri, dan lebih cenderung berkhayal dari pada para konsumen yang berperilaku secara normal dalam aktivitas pembeliannya.

Menurut beberapa peneliti sebelumnya perilaku kompulsif ini dikaitkan dengan beberapa variabel yaitu Park dan Burn (2005) dalam penelitiannya yang menghubungkan antara perilaku kompulsif dengan orientasi fashion (pengaturan fashion, ketertarikan fashion, penting untuk berpenampilan menarik, dan sikap anti terhadap fashion) dan penggunaan kartu kredit. Yurchisin dan Jonshon (2004) yang menginvestiasi perilaku pembelian kompulsif hubungannya status sosial serta dihubungkan dengan pembelian, materialisme, kepercayaan diri, dan pengembangan produk. Tricia dan Julianne (2009) yang mengadopsi dari hirarki model dari Mowen dan Spears dimana peneliti menggunakan variable materialisme, ketertarikan pada fashion dan neurotisme, untuk melihat pengaruhnya terhadap perilaku kompulsif khusus hanya produk fashion. Dari beberapa penelitian

terdahulu dan beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku pembelian kompulsif dipengaruhi oleh variabel kepribadian seseorang, pemakaian kartu kredit dan hal yang berhubungan dengan ketertarikan produk-produk yang tampak oleh mata seperti kosmetik, pakaian, perhiasan, sepatu dan lain sebagainya. Tetapi yang menarik disini pengaruh kepribadian seseorang berpengaruh besar dalam membentuk orang menjadi seorang yang berperilaku kompulsif atau tidak.

Studi ini pada dasarnya merupakan penelitian replikasi ekstensi didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Tricia dan Julianne (2009), Dalam penelitian tersebut menggunakan variabel neoritisme, materialisme, dan ketertarikan pada fashion terhadap perilaku pembelian kompulsif. Dalam penelitian tersebut menggunakan variabel neurotisime, materialisme, dan ketertarikan pada fashion terhadap perilaku pembelian kompulsif. Penelitian ini dilakukan di salah satu universitas di Amerika Serikat. Dikarenakan penelitian ini dilakukan di negara barat yang memiliki budaya yang jauh berbeda dengan budaya Indonesia, dimana di sana memiliki budaya materialisme yang tinggi serta memiliki kepribadian yang berbeda dengan negara timur. Kepribadian barat lebih kuat, ambisius, memiliki etos kerja yang tinggi, disiplin, sedangkan orang timur lebih menjunjung tinggi adat, sopan santun,

ramah, dan kebanyakan kebalikan dari kepribadian orang barat serta segala tingkah laku di batasi dengan norma-norma baik norma agama ataupun norma masyarakat. Tentunya hal tersebut bisa dijadikan *gab research* dari studi kali ini, dimana apakah variabel-variabel tersebut juga berpengaruh bagi konsumen di negara timur utamanya Indonesia.

Mojokerto merupakan salah satu kota Industri yang ada di Jawa Timur yang semakin berkembang dalam baik sarana maupun prasarana. Selain sebagai kota industri Mojokerto juga memiliki kampus-kampus yang semakin berkembang pesat seiring dengan permintaan para pelaku usaha untuk perkembangan industri tersebut, sehingga banyak para pekerja kuliah sambil bekerja di Mojokerto. Fenomena ini semakin menarik karena mereka berperan ganda sebagai pegawai dan mahasiswa. Dimana mahasiswa secara umum tidak dituntut untuk berseragam dan mereka bebas mengekspresikan gaya fashion mereka. Oleh karena itu, cara berbusana sehari-hari mahasiswa di kampus sesuai dengan preferensi dan gaya (*style*) masing-masing individu.

Di tambah lagi dengan semakin berkembangnya berbagai pusat perbelanjaan di Mojokerto yang menawarkan berbagai fasilitas dan promo yang menarik serta begitu bervariasi antara satu dengan lainnya. Terutama dalam bidang fashion yang terus berkembang dan

merupakan kebutuhan dari mahasiswa untuk dapat mengekspresikan diri mereka dan meningkatkan kepercayaan diri pada komunitas mereka di masyarakat.

Melihat berbagai uraian tersebut baik secara empirik maupun teoretis, serta begitu besar dampak yang diakibatkannya perilaku pembelian kompulsif inibagi konsumen, tentunya menarik untuk dilakukan penelitian sejauh mana paramahasiswa yang ada di kota Mojokerto ini memiliki kecenderungan untuk menjadi pembeli kompulsif. Oleh karena judul penelitian ini adalah “Pengaruh Sifat Psikologis Konsumen Terhadap Pembelian Kompulsif di Kota Mojokerto (studi terhadap mahasiswa Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto).

Dari hasil penelitian ini nantinya diharapkan adanya kesadaran dari konsumen bahwa mereka memiliki kecenderungan kompulsif atau tidak dan tentunya mereka harus segera mengubah hal tersebut karena membahayakan kondisi kehidupan mereka. Selain itu dari penelitian ini bisa memberikan informasi kepada pihak-pihak yang berwenang untuk dapat memberikan rambu-rambu atau peraturan tertentu agar department store tidak melakukan eksploitasi terhadap konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini termasuk jenis penelitian explanatory dengan pendekatan kuantitatif,

Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Mojokerto dengan obyek penelitian adalah mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto. Waktu pelaksanaan penyebaran kuisioner pada waktu hari efektif yaitu hari senin sampai dengan hari jumat mulai jam 15.00 sampai dengan selesai sesuai target.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik sampling non probabilitas di mana tidak semua elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian. Adapun teknik non probabilitas yang dipilih dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* (Judgement sampling), di mana peneliti secara sadar memilih sample penelitian yang dianggap paling sesuai untuk dilibatkan dalam penelitian. Peneliti melakukan pengamatan terhadap mahasiswa manakah yang masuk dalam kriteria sebagai target sampel. Setelah peneliti menemukan responden, responden terlebih dahulu diberikan pertanyaan apakah pernah melakukan pembelian kompulsif dan dijelaskan apa arah penelitian yang akan dilakukan. Bila ada kecenderungan kearah tersebut, maka selanjutnya responden diminta kesediaannya untuk mengisi kuisioner.

Teknik Pengukuran Variabel

1. Uji validitas ini digunakan untuk menguji instrument, agar instrument tersebut dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuannya. Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana instrument dapat dipercayai atau dapat diandalkan.
2. Analisis Statistik Diskriptif, bertujuan untuk mendiskripsikan karakteristik responden yang diteliti serta masing-masing variabel dalam bentuk tabel frekuensi dan angka prosentase.
3. Analisis Statistik Inferensial Pada penelitian ini digunakan analisis jalur (path analysis) untuk mengetahui pengaruh setiap variabelnya.
4. Uji Linearitas dilakukan untuk melihat apakah model yang digunakan merupakan model linier, yakni peningkatan atau penurunan variasi pada kriterium diikuti secara konsisten oleh peningkatan atau penurunan pada prediktor sehingga pola hubungannya membentuk garis lurus.
5. Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal.
6. Uji homoskedastisitas atau homogenitas adalah suatu pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah varian residual dari masing-masing

variabel memiliki kesamaan dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Mojokerto merupakan satu-satunya kota di Provinsi Jawa Timur, bahkan di Indonesia, yang memiliki satuan wilayah maupun luas wilayah terkecil. Luas keseluruhan wilayah kota Mojokerto adalah 16.42 km². Kota Mojokerto hanya terbagi atas 2 Kecamatan yaitu Kecamatan Prajurit Kulon dan Kecamatan Magersari, yang terdiri dari 18 Kelurahan, 177 RW, 661 RT, dan 70 Dusun Lingkungan. Kota Mojokerto terletak di tengah kabupaten Mojokerto. Batas administratif kota Mojokerto yaitu :

- Sebelah Utara : Sungai Brantas
- Sebelah Timur : Kecamatan Puri
- Sebelah Selatan : Kecamatan Sooko
- Sebelah Barat : Kecamatan Sooko

Sebagai Kota penyangga bagi Surabaya, penduduk yang bermukimpun sangat tergantung pada kegiatan atau usaha yang berdekatan dengan Kota Mojokerto, salah satunya adalah Industri dan perdagangan dan jasa. Hal ini terlihat dari jumlah penduduk menurut mata pencaharian bahwa jumlah penduduk yang bekerja di bidang **jasa** sebesar 36%,

disusul kemudian jumlah penduduk yang bekerja di sektor **perdagangan** sebesar 25% dari jumlah penduduk Kota Mojokerto, jumlah penduduk yang bekerja di sektor **industri** sebesar 21%, angkutan sebanyak 6%, sedangkan sektor pertanian hanya mencapai 3% dari seluruh jumlah penduduk Kota Mojokerto.

Dengan melihat ke tiga faktor tersebut tentunya kebutuhan akan pendidikan juga akan terus meningkat. Hal ini berdampak berkembangnya jumlah sekolah dan pendidikan tinggi di Kota Mojokerto. Selanjutnya dengan adanya hal tersebut akan mempengaruhi jumlah para pelajar dan mahasiswa di Kota Mojokerto. Sebagian besar mahasiswa yang ada di Kota Mojokerto adalah para pekerja pabrik yang ingin memperoleh pembelajaran yang lebih baik untuk perkembangan perusahaan dan karier mereka. Tentunya hal ini akan mengubah life style mereka dari pekerja, menjadi mahasiswa dan pekerja. Pola life style ini yang coba kami teliti, sejauh mana pengaruh neurotisme, materialisme, ketertarikan fashion terhadap pembelian kompulsif. Dengan objek penelitian mahasiswa di kota Mojokerto, khususnya dikampus Mayjen Sungkono Mojokerto.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Neurotisme, Materialisme Dan Orientasi Fashion Terhadap Pembelian Kompulsif

Neurotisme berpengaruh signifikan positif terhadap pembelian kompulsif pada produk pakaian. Hasil uji-t terhadap koefisien jalur pada hubungan ini sebesar 5,106 dengan nilai analisis jalur 0,426 adalah signifikan ($\text{sig}, t = 0,000$), sehingga individu yang neurotisme maka individu tersebut cenderung melakukan pembelian kompulsif pada produk pakaian.

Hal ini berkaitan dengan kondisi sosial masyarakat yang saat ini berubah, dimana kebutuhan akan kehidupan semakin bertambah sehingga orang tersebut mudah sekali stress dan depresi karena antara keinginan dan harapan tidak ada sinkronisasi. Terutama di bidang pakaian orang akan membelanjakan uang yang dimilikinya untuk mengejar ketegangan syarafnya tersebut. Selain itu didukung adanya kemajuan bidang informasi dan teknologi sehingga semakin orang cepat mengakses perkembangan fashion yang ada di luar sana, sehingga konsumen akan mudah sekali menjadi materialis karena hanya hal tersebut merupakan salah satu cara menghilangkan kegusaran saraf mereka. Sejalan dengan pernyataan menurut Tricia (2009) yang menyatakan bahwa neurotisme berpengaruh signifikan terhadap pembelian kompulsif.

Sifat materialisme merupakan sifat kepribadian membedakan antara individu yang menganggap kepemilikan barang sangat penting bagi identitas dan kehidupan mereka, dan orang-orang yang

menganggap kepemilikan barang merupakan hal yang sekunder. Materialisme berpengaruh signifikan positif terhadap pembelian kompulsif pada produk pakaian. Hasil uji-t terhadap koefisien jalur pada hubungan ini sebesar 2,684 dengan nilai analisis jalur 0,231 adalah signifikan ($\text{sig}, t = 0,000$), sehingga individu yang materialisme maka individu tersebut cenderung melakukan pembelian kompulsif pada produk pakaian.

Hal ini terjadi karena banyak mahasiswa mendapatkan uang saku lebih dari yang mereka butuhkan dari orang tua mereka. Kebutuhan hidup semakin banyak dan berbagai kebutuhan kuliah mendorong orang tua mereka memberikan uang lebih terhadap anak-anaknya sehingga mendorong mereka untuk cenderung memanfaatkan kelebihan uang tersebut untuk dapat mengekspresikan diri mereka melalui fashion. Sesuai dengan penelitian Ian Phau and Charise Woo (2008) pembeli kompulsif sepertinya suka memperlakukan uang yang mereka miliki sebagai sumber kekuatan dan kebanggaan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa ada pengaruhnya antara variabel orientasi fashion terhadap pembelian kompulsif. Orientasi terhadap fashion berpengaruh signifikan positif terhadap pembelian kompulsif pada produk pakaian. Hasil uji-t terhadap koefisien jalur pada hubungan ini sebesar 2,445 dengan nilai analisis jalur 0,215 adalah signifikan

($\text{sig}, t = 0,000$), sehingga individu yang memiliki orientasi terhadap fashion yang tinggi maka individu tersebut cenderung melakukan pembelian kompulsif pada produk pakaian. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Edwards *dalam* Monalis, 2007), yang menyatakan bahwa pembelian kompulsif diukur dengan menggunakan empat indikator yaitu kepemimpinan Fashion, Ketertarikan terhadap fashion, Pentingnya berpakaian dengan baik, dan sikap anti-fashion.

Fashion terus berkembang dengan cepat dan tentunya pembeli kompulsif ingin meningkatkan kepercayaan dirinya dalam masyarakat dengan penampilan yang *update* (terkini) dan menarik. Dalam hal ini tentunya yang tertarik dengan fashion adalah para anak muda dari umur 17-30 tahun. Dalam kisaran umur tersebut kebanyakan adalah pelajar dan mahasiswa. Khususnya mahasiswa, dalam melakukan aktifitas studinya tidak diwajibkan memakai seragam layaknya pelajar, sehingga mereka cenderung ingin tampil lebih *trendy* dan menarik di lingkungannya. Mahasiswa akan membeli banyak kebutuhan terutama dalam bidang fashion untuk tampil serasi meskipun barang tersebut sudah dimilikinya, sehingga kemungkinan untuk menjadi pembeli yang kompulsif cukup besar

Hal ini sejalan dan sesuai dengan hasil penelitian. Kebanyakan para mahasiswi. Berdasarkan hasil wawancara

dan kuisioner didapatkan bahwa kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan dan rata-rata berusia 20-21 tahun. Dalam hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menyukai *trend* dan mode, mahasiswa dengan jenjang usia tersebut juga diketahui memiliki minat atau ketertarikan melakukan aktivitas belanja lebih tinggi.

Mahasiswa lebih banyak mengekspresikan diri mereka dengan apa yang mereka kenakan baik berupa busana maupun asesoris untuk menambah daya tarik mereka dan meningkatkan kepercayaan diri mereka. Selain itu juga mahasiswa mempunyai minat yang cukup besar pada penampilan diri, uang, indikasi status sosial, cara berpakaian dan daya tarik, sehingga kecenderungan kelompok ini untuk melakukan aktivitas belanja lebih besar dibandingkan dengan orang yang lebih tua.

Pengaruh Neurotisme Terhadap Pembelian Kompulsif melalui Materialisme

Hasil penelitian menunjukkan nilai dari koefisien jalur dari hubungan antara neurotisme terhadap pembelian kompulsif melalui materialisme sebesar 0,100 dan berpengaruh signifikan positif. Semakin seseorang memiliki kecenderungan neurotisme, maka seseorang tersebut memiliki kecenderungan melakukan pembelian kompulsif dengan melalui materialisme. Jika seseorang

memiliki skor materialisme yang tinggi pula maka akan semakin besar orang tersebut memiliki kecenderungan melakukan pembelian kompulsif. Variabel materialisme disini berperan sebagai variabel penguat dari neurotisme.

Sesuai hasil dari penelitian yang dilakukan Tricia (2009) bahwa ada hubungan yang signifikan antara neurotisme dan materialisme serta hubungan yang signifikan antara neurotisme dan pembelian kompulsif. Untuk materialisme dan ketarikan terhadap fashion dengan pembelian kompulsif terdapat hubungan yang signifikan, begitu pula dengan ketertarikan terhadap fashion dengan pembelian kompulsif terdapat hubungan yang signifikan. Sedangkan hubungan antara materialisme dan pembelian kompulsif tidak signifikan.

Dengan perkembangan kota Mojokerto dari tahun ke tahun mendorong mahasiswa dan pelajar untuk dapat lebih ekspresif demi menunjukkan karakter mereka. Jika hal tersebut tidak terpenuhi maka mereka akan mudah gusar, cemas dan gelisah sehingga memungkinkan mereka menjadi individu yang neurotis, selanjutnya mereka akan mendorong untuk materialis dan selanjutnya mereka akan menjadi pembeli yang kompulsif. Ditambah dengan bermunculannya *departemen store* dan pusat perbelanjaan

baru, semakin menjadikan mereka cenderung kompulsif.

Pengaruh Materialisme Terhadap Pembelian Fashion Melalui Orientasi Fashion

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa ada pengaruhnya antara variabel ketertarikan fashion terhadap pembelian kompulsif. Besarnya nilai koefisien analisis jalur 0,104 adalah signifikan ($\text{sig}, t = 0,000$). Semakin tinggi skor materialisme seseorang maka individu tersebut memiliki kecenderungan melakukan pembelian kompulsif dengan melalui nilai orientasi fashion. Jika seseorang memiliki skor orientasi fashion yang tinggi pula maka akan semakin besar orang tersebut memiliki kecenderungan melakukan pembelian kompulsif. Variabel orientasi fashion disini berperan sebagai variabel penguat dari materialisme.

Mahasiswa di Kota Mojokerto menjadi cenderung materialis karena tuntutan lingkungan sosial yang menuntut untuk selalu mengikuti perkembangan zaman agar tetap menjadi bagian dari lingkungan mereka dan tidak tersingkirkan. Dengan adanya kecenderungan materialis tentunya para mahasiswa dan pelajar ini selalu mengikuti apa-apa yang berkembang baik gadget, elektronik, terutama fashion, karena orang materialis akan menunjukkan kepemilikan hartanya ke lingkungan sekitarnya. Selanjutnya mahasiswa kota Mojokerto, banyak mengalami perubahan

karena adanya perkembangan ilmu dan teknologi yang menuntut mereka untuk selalu *up to date* terutama dalam hal fashion. Kemudahan akses informasi mendorong mereka untuk dapat mengekspresikan apa yang mereka inginkan. Di tambah lagi dengan munculnya berbagai pusat perbelanjaan dan distro baru yang semakin menawarkan banyak kemudahan untuk menjadikan mereka menjadi pembeli yang kompulsif. Hal ini sesuai dengan penelitian materialisme berpengaruh kuat dan signifikan terhadap tendensi para konsumen muda untuk kompulsif begitu juga dengan kepercayaan diri di masyarakat. Untuk kepercayaan diri di masyarakat materialisme sebagai variabel mediasi untuk dapat mempengaruhi tendensi dari konsumen muda untuk menjadi kompulsif. Hal ini sesuai dengan penelitian Hye-Jung Park dan Leslie Davis Burns(2005) ketertarikan terhadap fashion yang merupakan sub-variabel dari Orientasi Fashion baik secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian kompulsif yang di pengaruhi oleh penggunaan kartu kredit.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil-hasil analisis dan pembahasan yang ada pada bagian sebelumnya menghasilkan beberapa

kesimpulan terkait dengan tujuan penelitian yaitu :

- 1) Terbukti adanya pengaruh langsung kecenderungan neurotisme, materialisme, dan orientasi pada fashion terhadap pembelian kompulsif. Dimana setiap variabel berpengaruh signifikan positif terhadap pembelian kompulsif yang berarti bahwa :
 - a. Semakin tinggi kecenderungan neurotisme, maka kecenderungan untuk melakukan pembelian kompulsif juga semakin tinggi.
 - b. Semakin tinggi kecenderungan materialisme, maka kecenderungan untuk melakukan pembelian kompulsif juga semakin tinggi.
 - c. Semakin tinggi kecenderungan orientasi terhadap fashion, maka kecenderungan untuk melakukan pembelian kompulsif juga semakin tinggi.
- 2) Neurotisme berpengaruh tidak langsung terhadap pembelian kompulsif pada produk pakaian melalui materialisme. Semakin individu tersebut neurotisme maka individu tersebut akan cenderung melakukan pembelian kompulsif pada produk pakaian jika memiliki kecenderungan materialis.
- 3) Terbukti adanya pengaruh tidak langsung materialisme terhadap

pembelian kompulsif pada produk pakaian melalui orientasi fashion. Semakin individu tersebut materialis maka individu tersebut akan cenderung melakukan pembelian kompulsif pada produk pakaian jika memiliki kecenderungan pada orientasi fashion.

- 4) Hubungan di atas menunjukkan bahwa materialisme dan orientasi terhadap fashion merupakan penguat dari kecenderungan neurotisme terhadap perilaku pembelian kompulsif

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2006. *Filsafat Manusia : Memahami Manusia Melalui Filsafat*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Assael, Henry. 1998. *Consumer Behaviour and marketing action*. Boston” PWS-KANT publishing Company.
- Astrid Mueller, James E. Mitchell, Christian Mertens, Ulrike Mueller, Andrea Silbermann, Melissa Burgard, Martina de Zwaan. 2006. “Comparison of treatment seeking compulsive buyer in Germany and the United States” (*Journal Of Behaviour Research and Therapy, Vol 45 2007 page 1629–1638*)
- Basu, Swastha D., dan T. Hani H. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa perilaku konsumen, edisi pertama, cetakan ketiga*. BPFE-UGM : Yogyakarta
- Bellenger, D.N, Robertson, D.H, dan Hirschman. E.C. 1978. Impulse buying varies by product. *Journal Of Advertising Research*, Volume 18 No. 6. pp, 15-18.
- Chandra, Handi. 2008. *Marketing Untuk Orang Awam*. Palembang: Penerbit Maxikom.

- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Geither, Norman dan Greg Fraizer. 2002. *Operation Management*. USA: Thompson Learning.
- Gerald C.D, John M.N, dan Ann, M.K. 2006. *Psikologi Abnormal*. Alih bahasa: Noermalasari. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Gutman, J. and Mills, M.K. 1982. *Fashion life style, self-concept, "Shopping Orientation, And Store Patronage: An Integrative Analysis"* (*Journal of Retailing*. Vol. 58 No. 2. pp. 64-86)
- Hair, F. H, Anderson, R. E., Tatham, R. L., dan Black, W. C. 1998. *Multivariate Data Analysis With Reading*, New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hausman, A. 2000. "A Multi Method Investigation of Consumer Motivation in Impulse Buying Behavior" (*Journal of Consumer Marketing Volume 17 No. 15, pp. 403-419*)
- Hendri Ma'ruf. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hye-Jung Park dan Leslie Davis Burns. 2005. *Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying*. *Journal of Consumer Marketing* 22/3 (2005) 135-141
- Jeffry, S.N; Spencer, A. R; Grene, B. 2002. *Psikologi Abnormal*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, p., 2000. *Marketing management. The Millenium Edition edition*. New Jersey : prentise Hall Internasional Inc.
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip., dan Kevin lane keller. 2007. *Manajemen pemasaran, edisi 12 jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, p., 2003. *Marketing management*. 11st edition. New Jersey : Prentise Hall Internasional Inc.
- Maholtra N. 2005. *Riset pemasaran Edisi bahasa Indonesia jilid 1*. Jakarta: Gramedia.
- Mowen, john C. 1995. *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prantice Hall.
- Mowen, J.C dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen : Jilid 2 edisi ke lima*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Noel Y.M. Siu dan Jeff Tak-Hing Cheung. 2001. "A Measure of Retail Service Quality" (*Journal of Marketing intelligence and planning*. Vol. 19 No. 2, pp. 88-96)
- Park, H.J. and Burns, L.D. 2005. "Fashion Orientation, Credit Card Use, and Compulsive Buying" (*Journal of Consumer Marketing*, Vol. 22 No. 3, pp. 135-41)
- Phau I. dan Woo, C. 2008. "Understanding Compulsive Buying Tendencies Among Young Australians : The roles of Money Attitude And Credit Card Usage" (*Journal Marketing Intelligence & Planning Vol. 26 No. 5, 2008 pp. 441-458*)
- Richins, M.L. and Dawson, S. (1992). "A Consumer Values Orientation For Materialism And Its Measurement: Scale Development And Validation" (*Journal of Consumer Research*. Vol. 19, pp. 303-16)
- Rook, D. W., dan Fisher, R. J. 1995. "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior" (*Journal of Consumer Research*. Volume 22 No 3, pp. 305-13)
- Schiffman, L dan Kanuk, L. L. 2007. *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks. Jakarta.
- Singarimbun, M, Efendi, S. 2006. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Solimun. 2002. *Multivariate Analysis-Structural Equation Modeling (SEM) Lisrel dan Amos*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Solomon, Michael R. 2007. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prantice Hall.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Weekes, T. 2004. Spending on Clothing and Attitudes to Debt in the UK. (*Journal of Fashion Marketing and Management*. Volume 8 No.1, pp. 113-122)

Winarsunu, Tulus. 2004. *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.