

MODEL PEMBELIAN KOMPULSIF PADA REMAJA

Oleh:
Retno Mangestuti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kesesuaian antara model teoritis pembelian kompulsif dengan data empiris model pembelian kompulsif pada remaja. Model yang diuji berupa pengaruh lingkungan keluarga yang terdiri dari dukungan keluarga dan stresor dalam keluarga, terhadap pembelian kompulsif yang dimediasi oleh variabel harga diri, kontrol diri, dan materialism. Teori yang digunakan untuk memahami dinamika terjadinya proses pembelian kompulsif adalah teori belajar sosial.

Subjek pada penelitian ini adalah remaja yang berstatus mahasiswa pada 3 perguruan tinggi di kota Malang sebanyak 370 orang. Metode pengumpulan data menggunakan skala pembelian kompulsif, skala lingkungan keluarga, skala harga diri, skala kontrol diri, serta skala materialism. Data dianalisis dengan menggunakan model persamaan struktural atau *Structural Equation Model (SEM)*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa model pembelian kompulsif pada remaja memenuhi kriteria *goodness of fit*, yaitu nilai kai-kuadrat sebesar 199,100 dengan nilai $p < 0,05$; nilai CFI sebesar 0,914; nilai GFI sebesar 0,929, serta nilai RMSEA sebesar 0,068 ($\leq 0,800$). Hasil analisis menemukan model pembelian kompulsif pada remaja dalam perspektif teori belajar sosial terjadi melalui proses dinamika sebagai berikut: lingkungan keluarga yang kondusif berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga diri. Harga diri yang tinggi mempengaruhi kemampuan subjek dalam mengontrol diri. Kontrol diri yang tinggi mampu mengendalikan dari materialism. Materialism yang rendah mampu mengurangi terjadinya pembelian kompulsif.

A. Latar Belakang Masalah

Berbelanja merupakan bagian rutin dalam kehidupan sehari-hari. Individu melalui aktivitas berbelanja dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun dalam situasi tertentu, membeli atau berbelanja mungkin bisa tanpa perencanaan, bahkan bagi mereka yang memiliki kecenderungan sebagai pembeli kompulsif, ketidakmampuan mengendalikan hasrat untuk membeli sesuatu akan mendorong mereka untuk melakukan apa saja asalkan hasrat tersebut dapat terpenuhi (Lejoyeux & Weinstein, 2010).

Pembelian kompulsif merupakan suatu fenomena psikoekonomik yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Pembelian kompulsif diartikan sebagai suatu aktivitas pembelian berulang sebagai akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan ataupun perasaan yang negatif dikarenakan oleh rasa ketagihan (kecanduan), tertekan atau rasa bosan (Faber & O'Guinn, 1989; Solomon, 2002). Pembelian kompulsif juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk pembelian dengan kontrol yang lemah atau berlebihan, dorongan yang berkenaan dengan pembelanjaan dan pengeluaran, yang konsekuensinya bersifat merugikan (Black, 2001).

Pembelian kompulsif merupakan permasalahan sangat penting untuk dikaji dicari solusi pemecahannya karena mempunyai pengaruh negatif baik pada konsumen sendiri maupun pada masyarakat luas. Pembelian kompulsif memiliki konsekuensi jangka pendek dan jangka panjang. Konsekuensi jangka pendek bentuknya dapat bersifat positif seperti pengurangan stres dan ketegangan, peningkatan konsep diri, dan peningkatan dalam hubungan interpersonal, sedangkan konsekuensi jangka panjang, pada umumnya merupakan hal yang merugikan, baik dalam bidang ekonomi maupun psikologis seperti tingginya tunggakan kartu kredit, hutang pribadi yang berlebihan, rendahnya tabungan, terjerat kasus hukum, munculnya perasaan rendah diri, rasa bersalah, depresi, cemas, frustrasi serta munculnya konflik interpersonal.

Akar permasalahan munculnya pembelian kompulsif dapat disebabkan oleh banyak faktor. Faktor pertama adalah faktor lingkungan keluarga. Faktor kedua adalah faktor psikologis seperti penghargaan diri, status sosial yang dipersepsikan, dan fantasi. Faktor ketiga adalah faktor sosiologis seperti tayangan televisi, teman sebaya, frekuensi berbelanja, serta kemudahan mengakses dan menggunakan kartu kredit pada pembelian kompulsif.

Pembeli kompulsif rata-rata berada dalam usia remaja atau awal dua puluhan, meskipun tidak menutup kemungkinan individu yang berusia rata-rata di awal 30 tahun (Mc Elroy *et al.*, 1994; Faber *et al.*, 1994). Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Gwin *et al.* (2004) yang menemukan bahwa usia yang

berkisar antara 18 sampai dengan 21 tahun memiliki kecenderungan yang tinggi untuk berperilaku kompulsif.

Hasil survei dalam bidang klinis menunjukkan bahwa 80% sampai 95% dari orang dengan pembeli kompulsif adalah perempuan (McElroy, 1994; Faber & O'Guinn, 1992). Hasil penelitian di atas, didukung oleh hasil suvery penelitian Dittmar (2004) yang menyebutkan bahwa 92% pembeli kompulsif adalah perempuan. Hal ini berarti bahwa perbedaan jenis kelamin berpengaruh terhadap pembelian kompulsif. Alasannya karena perempuan lebih mementingkan penampilan, agar dapat diterima dalam lingkungan pergaulannya (Roberts & Pirog, 2004). Selain itu, perempuan cenderung membutuhkan penyaluran bila mengalami permasalahan, salah satu bentuknya adalah melalui pembelian kompulsif (O'Guinn & Faber, 1989).

Pembelian kompulsif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis yang dimiliki oleh remaja yaitu konsep diri mereka sebagai remaja dan tingkat konformitas terhadap kelompok teman sebaya. Masa remaja merupakan tahapan peralihan antara masa anak-anak dengan masa dewasa yang ditandai dengan berbagai perubahan baik dalam aspek fisik, sosial, dan psikologis. Perubahan tersebut bermuara pada upaya menemukan jati diri dan identitas diri. Perubahan fisik, psikologis, dan sosial yang terjadi pada remaja mempengaruhi remaja sebagai konsumen. Salah satunya adalah bentuk sikap dan ketertarikan remaja, misalnya minat yang sangat kuat terhadap penampilan fisiknya (Hurlock, 2004).

Beberapa penelitian yang menguji hubungan antara keluarga dan pembelian kompulsif telah dilakukan oleh para ahli yang sampai pada kesimpulan latarbelakang keluarga mempunyai pengaruh terhadap pembelian kompulsif. Keluarga yang kurang memberikan dukungan secara material dan psikologis akan memberikan dampak bagi kecenderungan seseorang untuk berperilaku pembelian kompulsif. Demikian juga dengan keluarga yang penuh dengan tekanan akan memberikan dampak bagi timbulnya perilaku pembelian kompulsif.

Bahkan beberapa studi, mengemukakan unsur genetika juga ikut berperan dalam perilaku pembelian kompulsif. Seperti pernyataan d'Astous *et al.* (1990),

dan Roberts (1998), yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara perilaku membeli orangtua dengan perilaku membeli kompulsif pada anak mereka. Selain itu, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa pembeli kompulsif memiliki kerabat yang cenderung menderita depresi, kecanduan alkohol, pengguna narkoba, dan menderita gangguan kejiwaan yang lain, dibanding keluarga konsumen yang normal atau bukan pembeli kompulsif (Black, *et al.*, 1998; Mc.Elroy *et al.*, 1994; Valence *et al.*, 1988). Penelitian yang lain menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengalaman awal konsumsi, perceraian dalam keluarga, sumberdaya keluarga, tekanan dalam keluarga serta komunikasi keluarga juga berpengaruh dalam pembelian kompulsif (Rindfleisch *et al.*, 1997; Robert *et al.*, 2003; Robert *et al.*, 2004; Gwin *et al.*, 2005).

Pembelian kompulsif dalam hubungannya dengan harga diri telah dilakukan oleh para ahli. Hasil-hasil penelitian di atas selalu menunjukkan hasil yang sama bahwa harga diri berkorelasi dengan pembelian kompulsif. Semakin tinggi tingkat harga diri maka semakin rendah pembelian kompulsif. Bagi individu yang mempunyai harga diri yang rendah, berbelanja merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan harga dirinya. Bagi sebagian orang keinginan tersebut dapat tercapai walaupun sifatnya hanya sementara.

Pembelian kompulsif dalam hubungannya dengan kemampuan kontrol diri telah dikaji oleh para ahli yang menunjukkan bahwa kontrol diri berkorelasi secara negatif dengan pembelian kompulsif. Bagi individu yang mempunyai tingkat kontrol diri yang tinggi, berbelanja atau membeli merupakan kegiatan yang akan dilakukan secara wajar, artinya kegiatan membeli dilakukan untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini akan berbeda dengan para pembeli kompulsif. Mereka melakukan pembelian tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan tapi ada aspek lain yang ingin dicapai dari proses pembelian tersebut, dan hal ini disebabkan mereka tidak mampu untuk mengontrol diri mereka sendiri baik kontrol pada aspek kognitif, maupun aspek perilaku.

Penelitian yang menguji hubungan antara materialisme dengan pembelian kompulsif telah dilakukan pada berbagai sampel penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa materialisme berkorelasi dengan pembelian kompulsif. Artinya semakin

tinggi tingkat materialisme maka semakin tinggi pula tingkat pembelian kompulsifnya. Individu yang mempunyai tingkat materialisme yang tinggi akan berusaha untuk mendapatkan materi sebanyak-banyaknya dalam upayanya untuk memenuhi keinginan tersebut. Hal ini berakibat pada kecenderungan untuk berperilaku kompulsif dalam berbelanja. Pada remaja, kecenderungan bersikap materialistik terjadi sebagai cara untuk mengganti ketidaktersediaan atau ketidakpuasan dalam hubungan antar personal, seperti kurangnya kasih sayang maupun bimbingan dari orang tua.

Dinamika psikologis yang dibangun dalam penelitian ini adalah mengkaitkan pengaruh lingkungan keluarga terhadap pembelian kompulsif dengan mediator harga diri, kontrol diri dan materialisme berdasar perspektif teori belajar sosial. Konsep utama dari teori belajar sosial adalah proses belajar dengan mengamati, yaitu proses belajar dari individu akan terjadi dengan cara memperhatikan model. Kadang perilaku seseorang bisa timbul hanya karena proses *modeling* atau peniruan yang merupakan reproduksi perilaku yang langsung dan mekanis (Feist & Feist, 2009).

B. Kajian Teori

Dalam menjelaskan teori belajar sosial, penelitian ini mengadopsi suatu konsep yang dikembangkan oleh Bandura yang disebut *triadic reciprocal caution*. Konsep ini mengasumsikan bahwa tindakan manusia adalah hasil dari interaksi antara tiga variabel, yaitu lingkungan, perilaku dan manusia. Lingkungan merupakan faktor eksternal sedangkan manusia dipresentasikan sebagai faktor internal. Pada konteks pemahaman model perilaku pembelian kompulsif pada penelitian ini ditemukan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap pembelian kompulsif melalui variabel mediator harga diri, kontrol diri dan materialisme. Lingkungan keluarga dalam hal ini yang paling berperan adalah orang tua. Lingkungan keluarga dalam perspektif teori belajar sosial diartikan sebagai kondisi eksternal (stimulus) yang dijadikan objek oleh remaja dalam melakukan modeling. Proses pembelajaran pada dasarnya telah dimulai sejak masa kanak-kanak yaitu dalam hal keyakinan, nilai-nilai (norma-norma) hingga

pola perilaku konsumsi, yang terus berkembang hingga masa remaja. Jadi pola perilaku konsumsi bukanlah sesuatu yang diperoleh secara tiba-tiba tetapi melalui proses pembelajaran, demikian pula dengan pembelian kompulsif. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian Friese dan Koenig (1993) yang menemukan bahwa para pembeli kompulsif mengidentifikasi perilaku orang tua mereka dalam hal membeli

Menurut Bouzaglo dan Moschis (2009) awal sosialisasi konsumen dimulai pada masa kanak-kanak, dan terus berkembang hingga masa remaja. Sejak masa kanak-kanak, orang tua sudah mengenalkan aspek-aspek konsumsi yang rasional termasuk kebutuhan dasar konsumen. Sosialisasi konsumen adalah proses memperoleh keahlian, pengetahuan dan sikap-sikap yang relevan dengan fungsi mereka sebagai konsumen (Lachance, Legault, & Bujold, 2000). Menurut Dotson dan Hyatt (2005) orang tua memegang peranan yang dominan dalam mempengaruhi pola perilaku konsumsi anak-anak. Oleh karena itu peran orang tua sangatlah penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif remaja, antara lain melalui pola komunikasi dan modeling (memberikan contoh dan teladan). Bila orang tua mengajarkan pola konsumsi yang berlebihan (boros) maka remaja juga akan memiliki kecenderungan seperti itu.

Pada pembelajaran melalui pengamatan (observasi) terdapat empat proses yang harus dilalui, yaitu adanya perhatian, retensi, reproduksi, dan motivasi (Bandura, 1986).

- 1) Perhatian. Perhatian akan diberikan pada seorang model bila pengamat merasa tertarik pada model tersebut. Model yang atraktif, populer, berpengaruh, akan lebih mungkin dijadikan model daripada individu yang tidak menarik. Dalam lingkungan keluarga, orang tua merupakan figur model yang sangat berpengaruh. Orang tua merupakan model dalam sosialisasi konsumsi, anak-anak akan belajar tentang peranan pembelian dan konsumsi dari orang tuanya, mengamati bagaimana orang tua mereka mengevaluasi, memilih produk, dan melakukan proses pertukaran serta mempelajari bagaimana akan membelanjakan uangnya serta bagaimana mereka akan berperilaku sebagai seorang konsumen.

- 2) Retensi. Agar sebuah observasi dapat mengarah pada pola respon yang baru, maka pola tersebut harus dapat diretensikan secara simbolis dalam ingatan. Orang tua memberi contoh bagaimana proses membeli suatu barang, dimulai dari pemilihan barang hingga evaluasi barang. Bila orang tua memberikan contoh yang positif dalam mengkonsumsi barang, demikian juga dalam penyampaian dengan dukungan dan penuh kasih sayang, maka hal tersebut akan disimpan dalam memori anak dengan simbol-simbol yang baik pula. Begitu pula sebaliknya. Namun demikian contoh yang positif maupun yang negatif yang disampaikan orang tua pada anaknya akan terekam dalam memori sang anak, dan berkembang hingga masa remaja.
- 3) Reproduksi. Setelah memperhatikan seorang model dan mempertahankan apa yang telah diobservasi, kemudian kita memproduksi perilaku tersebut. Dalam penelitian ini, setelah beberapa kali melihat contoh orang tua dalam membeli barang, maka selanjutnya anak akan mencoba perilaku tersebut. Bila dalam usia anak-anak mungkin akan didampingi orang tua, namun setelah remaja, akan dicoba sendiri.
- 4) Motivasi. Agar proses belajar melalui pengamatan (*observational learning*) ini berhasil maka individu harus termotivasi untuk meniru perilaku yang dimodelkan. Faktor penguat (*reinforcement*), baik hadiah (*reward*) maupun hukuman (*punishment*), merupakan hal yang penting dalam meningkatkan motivasi. Bila dirasakan bahwa proses berbelanja atau membeli suatu barang ternyata sangat menyenangkan, maka perilaku tersebut akan diulangi lagi. Demikian juga dalam pembelian kompulsif. Namun bila sebaliknya, maka individu akan berusaha menghindarinya. Apakah individu bisa menghindari perilaku tersebut atau tidak disini faktor internal individu sangat berperan. Apalagi pada masa remaja faktor sosial atau teman sebaya juga turut berpengaruh.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa pembelian kompulsif pada remaja adalah akibat dari adanya faktor keluarga yang mendukung pada terjadinya perilaku tersebut dengan didukung oleh kondisi internal individu yang bersangkutan berupa rendahnya kemampuan mengatur diri sendiri. Ada proses dinamika psikologis yang terjadi pada faktor individu ketika yang bersangkutan berada dalam lingkungan keluarga yang tidak mendukung. Proses dinamika terjadi

berawal dari munculnya perasaan rendah diri, yang diikuti dengan ketidakmampuan dalam mengontrol diri, termasuk ketidakmampuan dalam mengendalikan sikap materialisme, yang pada gilirannya akan memunculkan perilaku pembelian kompulsif.

Model teoritis yang dibangun dalam penelitian ini mengacu pada kerangka konseptual atau model teori yang dikembangkan oleh Valence *et al.* (1988) yang membuat model tentang pembelian kompulsif dengan menjadikan variabel kecemasan sebagai variabel mediator antara lingkungan keluarga dengan pembelian kompulsif. Penelitian Rindfleisch *et al.* (1997) yang mengkaji pembelian kompulsif sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh lingkungan keluarga sebagai variabel bebas, dan penelitian Robert *et al.* (2003) yang juga mengkaji pembelian kompulsif dan materialisme sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh struktur keluarga.

Model penelitian yang diajukan ini berbeda dengan model yang diajukan sebelumnya, karena hubungan antara variabel lingkungan keluarga sebagai faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pembelian kompulsif diperantarai oleh tiga variabel yaitu harga diri, kontrol diri dan materialisme. Teori yang digunakan untuk memahami proses terjadinya pembelian kompulsif merujuk pada teori belajar sosial yang menekankan pada pentingnya aspek eksternal dan internal bagi terjadinya suatu perilaku. Aspek eksternal yang dimaksud pada penelitian ini adalah lingkungan keluarga, sedangkan aspek internal adalah kondisi individu berupa harga diri, kontrol diri, dan materialisme.

Pembelian kompulsif yang dilakukan oleh remaja merupakan salah satu karakteristik yang nampak dari perilaku seorang konsumen (variabel terikat) dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa lingkungan keluarga baik keluarga yang bersifat mendukung maupun yang menekan (variabel bebas), yang hubungannya bersifat secara langsung maupun tidak langsung melalui faktor internal individu yang bersangkutan sebagai variabel mediator yaitu variabel harga diri yang dicirikan dengan adanya penerimaan diri dan kompetensi diri, variabel kontrol diri yang dicirikan dengan kemampuan mengontrol kognitif, mengontrol perilaku, dan

mengontrol keputusan dan variabel materialisme yang dicirikan dengan adanya keterpusatan, kebahagiaan, dan kesuksesan yang berorientasi pada materi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada kesesuaian antara model teoritis pembelian kompulsif dengan data empiris model pembelian kompulsif pada remaja, yaitu pengaruh lingkungan keluarga yang terdiri dari dukungan keluarga dan stresor dalam keluarga terhadap pembelian kompulsif, yang dimediasi oleh variabel harga diri, kontrol diri serta materialisme. Tersusunnya model teoritis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya memahami dan menjelaskan determinan perilaku konsumen yang terjadi pada remaja, khususnya tentang pembelian kompulsif yang ditinjau dari perspektif teori belajar social.

Berdasarkan uraian pada kajian teori di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut: Ada kesesuaian model teoritis tentang pembelian kompulsif pada remaja dengan data empiris di lapangan. Model yang dimaksud adalah adanya pengaruh lingkungan keluarga yang terdiri dari dukungan keluarga dan stresor dalam keluarga terhadap pembelian kompulsif, yang dimediasi oleh variabel harga diri, kontrol diri dan variabel materialisme.

C. Metode Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja akhir yang berstatus sebagai mahasiswa dan berdomisili di kota Malang, sebanyak 370 yang diambil dari mahasiswa Fakultas Psikologi pada tiga perguruan tinggi yang berada di kota Malang yaitu Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Brawijaya (UB) Malang, dan Universitas Muhammadiyah Malang (UMM).

Untuk mendapatkan data digunakan lima alat ukur yang sebelumnya dilakukan pengujian validitas dan reliabilitasnya. Kelima alat ukur tersebut adalah sebagai berikut: skala lingkungan keluarga, skala harga diri, skala kontrol diri, skala materialisme dan skala pembelian kompulsif.

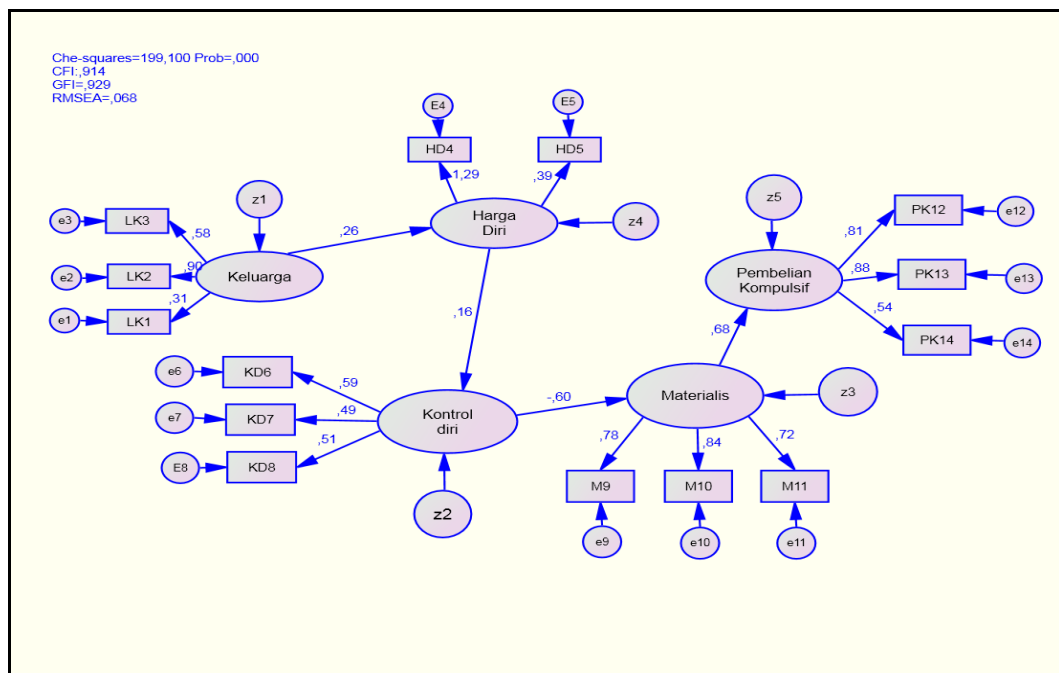
Untuk menguji kecocokkan model yang diajukan digunakan analisis Structural Equation Models (SEM), untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel digunakan analisis regresi, dan untuk menguji beda dilakukan teknik analisis varians.

D. Hasil Penelitian

Hasil uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan pendekatan *internal konsistensi* yang menggunakan program SPSS dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang menggunakan program AMOS. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas data terhadap skala penelitian (lingkungan keluarga, harga diri, kontrol diri, materialisme, dan pembelian kompulsif) ditemukan bahwa seluruh alat ukur dinyatakan valid dan reliabel.

Hasil pengujian prasyarat analisis. Pengujian prasyarat analisis menggunakan teknik kolmogorof-smirnof yang bertujuan untuk menguji normalitas data, uji linearitas dan uji homogenitas. Hasil uji prasyarat analisis ditemukan bahwa semua variabel yang diteliti dinyatakan normal, hubungan antar variabel yang diuji adalah linier, dan hasil pengujian homogenitas varian dinyatakan homogen, sehingga penggunaan teknik analisis statistik parametrik dapat dilakukan.

Hasil pengujian model. Proses pengujian dan modifikasi model sampai menjadi model fit terdiri dari beberapa tahapan. Hasil pengujian model yang fit ditemukan hasil bahwa nilai kai-kuadrat sebesar 199,100 dengan nilai $p = 0,000$ ($> 0,05$); nilai CFI sebesar 0,914 ($\leq 0,900$); nilai GFI sebesar 0,929 ($\geq 0,900$), nilai RMSEA sebesar 0,068 ($\leq 0,800$). Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa model yang diajukan sudah fit dan seluruh hubungan antar variabel yang diuji menunjukkan hubungan yang signifikan. Penjelasan gambar tersebut dapat dipahami bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap harga diri. Harga diri berpengaruh terhadap kontrol diri. Kontrol diri berpengaruh terhadap materialisme. Materialisme berpengaruh terhadap pembelian kompulsif. Untuk memperjelas hasil tersebut dapat terlihat seperti terlihat pada gambar di bawah ini:



Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung. Hasil pengujian pengaruh langsung lingkungan keluarga terhadap pembelian kompulsif ditemukan nilai $R=0,163$ $p=0,001$ dengan koefisien determinan R^2 sebesar 0,026 namun setelah dilakukan penyesuaian koefisien korelasinya (*R-adjusted*) berubah menjadi 0,024. Hal ini berarti bahwa lingkungan keluarga yang dicirikan dengan tingginya dukungan keluarga dan rendahnya stresor keluarga berpengaruh sebesar 24% terhadap tinggi rendahnya pembelian kompulsif pada remaja. Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan sebanyak 3 kali yang hasilnya sebagai berikut:

1. Pengaruh tidak langsung melalui variabel harga diri. Hasil pengujian pada persamaan (1) menunjukkan nilai beta lingkungan keluarga sebesar 0,204 signifikan pada 0,000 yang berarti bahwa lingkungan keluarga mempengaruhi harga diri. Nilai koefisien ini merupakan nilai jalur (β_2). Pada persamaan (2) nilai standarized beta untuk lingkungan keluarga -0,143 dan harga diri -0,125 semuanya signifikan.
2. Pengaruh tidak langsung melalui variabel kontrol diri. Hasil pengujian pada persamaan (1) menunjukkan nilai beta lingkungan keluarga sebesar 0,253 signifikan pada 0,000 yang berarti bahwa lingkungan keluarga mempengaruhi

kontrol diri. Nilai koefisien ini merupakan nilai jalur (p^2). Pada persamaan (2) nilai standarized beta untuk lingkungan keluarga -0,130 dan kontrol diri -0,196 semuanya signifikan.

3. Pengaruh tidak langsung melalui variabel materialisme. Hasil pengujian pada persamaan (1) menunjukkan nilai beta lingkungan keluarga sebesar -0,288 signifikan pada 0,000 yang berarti bahwa lingkungan keluarga mempengaruhi materialisme. Nilai koefisien ini merupakan nilai jalur (p^2). Pada persamaan (2) nilai standarized beta untuk lingkungan keluarga -0,066 dan materialisme 0,520 semuanya signifikan.

Hasil analisis uji beda menunjukkan bahwa perbedaan laki-laki dan perempuan hanya terjadi pada variabel materialisme dan pembelian kompulsif, sedangkan pada variabel lingkungan keluarga, harga diri, dan kontrol diri tidak terjadi perbedaan. Hasil uji beda pada variabel materialism dan pembelian kompulsif selengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan antara laki-laki dan perempuan pada variabel materialsim dimana perempuan cenderung lebih tinggi dibanding laki-laki dengan perbandingan mean 27,09 berbanding 25,41.
2. Terdapat perbedaan antara laki-laki dan perempuan pada variabel pembelian kompulsif dimana perempuan cenderung lebih tinggi dibanding laki-laki dengan perbandingan mean 31,69 berbanding 27,70.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil pengujian model menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap pembelian kompulsif melalui variabel mediator harga diri, kontrol diri dan materialisme. Lingkungan keluarga yang kondusif akan meningkatkan harga diri. Harga diri yang positif akan mampu mengembangkan kontrol diri. Kontrol diri yang tinggi akan mampu mengendalikan gaya hidup materialisme. Materialisme yang rendah akan mampu mengendalikan remaja dari perilaku pembelian kompulsif.

Lingkungan Keluarga dan harga diri. Remaja yang memiliki lingkungan keluarga yang penuh dengan dukungan baik kongkrit maupun abstrak dan mempunyai tingkat stresor keluarga yang rendah, mereka akan memiliki harga diri yang tinggi. Hal ini dapat dipahami karena keluarga menjadi struktur sosial yang penting dan merupakan tempat interaksi antar anggota keluarga. Perilaku seseorang di dalam keluarga dapat mempengaruhi perilaku anggota keluarga yang lainnya. Di dalam keluarga yang penuh dengan dukungan baik kongkrit maupun abstrak seseorang dapat merasakan dirinya dicintai, diinginkan, diterima dan dihargai, yang pada akhirnya membantu dirinya untuk lebih dapat menghargai dirinya sendiri.

Hasil ini sejalan dengan penelitian pada 1395 pasangan keluarga yang dilakukan oleh Elfahg, Tynelius dan Ramussen (2010) menemukan bahwa anak yang orangtuanya bercerai ternyata memiliki harga diri yang rendah. Karena itu mereka berpendapat bahwa lingkungan keluarga sangat berpengaruh terhadap perkembangan harga diri anak. Peneliti lain dilakukan oleh Fayez, Ohaeri, dan Gado (2010) terhadap 4467 anak menemukan bahwa harga diri anak akan tinggi ketika mempunyai orangtua yang penuh dengan kehangatan, sebaliknya harga diri anak akan rendah ketika mereka terbiasa berada dalam suasana kekerasan di rumah.

Harga diri dan kontrol diri. Remaja yang mempunyai harga diri yang tinggi dicirikan dengan kesediaan untuk menerima diri apa adanya dan merasa bahwa dirinya mempunyai kemampuan untuk melakukan sesuatu. Jika remaja memiliki kondisi tersebut maka akan berpengaruh terhadap tingginya dalam mengontrol dirinya baik secara kognitif, keputusan, maupun perilaku.

Kontrol diri dan materialisme. Remaja yang memiliki kontrol diri yang tinggi dicirikan dengan adanya kemampuan remaja untuk mengontrol kognitif, keputusan dan perilaku. Jika remaja memiliki kemampuan kontrol diri yang tinggi maka mereka akan mampu mengontrol gaya hidupnya, mereka tidak akan terjebak dalam gaya hidup materialisme. Dengan kata lain, remaja yang memiliki kontrol diri yang tinggi maka tingkat materialisme mereka menjadi rendah.

Hasil ini hampir sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Flouri (2005) yang menemukan bahwa kemampuan untuk melakukan sesuatu pekerjaan berkorelasi sebesar -0,375 dengan materialisme. Penelitian lain dilakukan oleh Browne dan Kaldenber (1997) yang menemukan bahwa kemampuan mengontrol diri berpengaruh terhadap materialisme baik pada laki-laki maupun pada perempuan.

Penelitian Dittmar (2005) menunjukkan bahwa remaja menggunakan belanja sebagai strategi coping artinya mereka menggunakan perilaku berbelanja sebagai satu cara untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi, mereka akan mengalami kesulitan dalam mengontrol perilaku, khususnya ketika kondisi keuangan sedang memadai. Bagi remaja yang materialistis, yang penting dalam hidupnya adalah bagaimana ia mampu mendapatkan dan mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya dan satu upaya yang dapat dilakukan adalah melakukan pembelian secara terus menerus yang akhirnya menjadi remaja dengan status pembeli kompulsif.

Materialisme dan pembelian kompulsif. Materialisme adalah gaya hidup yang menekankan bahwa kesuksesan dan kebahagiaan selalu berpusat pada materi. Jika remaja memiliki gaya hidup materialisme yang tinggi maka pembelian kompulsifnya akan menjadi tinggi pula. Hal itu dapat dipahami bahwa berbelanja (membeli) merupakan sarana untuk mendapatkan materi yang akan memuaskan kebutuhan hidup mereka.

Hasil ini sejalan dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh Dittmar *et al.* (1996); Mowen dan Spears (1999); Yurchisin dan Johnson (2004); dan Johnson dan Attmann (2009). Hasil penelitian-penelitian diatas menemukan hasil yang konsisten bahwa materialisme berpengaruh positif terhadap pembelian kompulsif. Artinya semakin tinggi tingkat materialisme seseorang maka semakin tinggi pula tingkat kecenderungan pembelian kompulsifnya.

Remaja yang materialistis akan menempatkan kepemilikan dan pemerolehan materi sebagai pusat dari kehidupannya karena itu mengkonsumsi materi berfungsi sebagai tujuan hidup dan dijabarkan dalam suatu rangkaian rencana dalam aktivitas kehidupannya. Selain itu mereka pun beranggapan bahwa

kebahagiaan dan kesuksesan dihargai dengan banyaknya kepemilikan materi yang pada akhirnya dianggap sebagai satu alasan yang esensial untuk memenuhi kepuasan hidup. Untuk mendapatkan hal tersebut, mereka akan melakukan pembelian kompulsif sebagai satu sarana untuk mendapatkan materi yang sebanyak-banyaknya.

Pada konteks pemahaman model perilaku pembelian kompulsif pada penelitian ini ditemukan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap pembelian kompulsif melalui variabel mediator harga diri, kontrol diri dan materialisme. Lingkungan keluarga dalam perspektif teori belajar sosial diartikan sebagai kondisi eksternal (stimulus) yang akan dijadikan objek oleh remaja dalam melakukan pengamatan. Keluarga yang orangtuanya berstatus sebagai pembeli kompulsif akan menjadi model untuk ditiru oleh remaja. Selain itu, keluarga (dalam hal ini orangtua) yang tidak memberikan dukungan akan menjadi penguat bagi remaja untuk berperilaku kompulsif. Menurut Bandura (1999) proses perilaku kompulsif dapat dihindari atau ditinggalkan melalui adanya proses pengaturan diri atau kontrol diri yang prosesnya meliputi pengamatan diri, evaluasi diri dan reaksi diri.

Pengaturan diri adalah tindakan diri untuk memberikan informasi diagnostik tentang dampak dari perilaku yang ingin dicapai. Untuk mengamati diri secara efektif, individu harus memperhatikan kondisi mereka, dalam konteks penelitian ini adalah kondisi harga diri, kontrol diri, dan sifat materialisme mereka. Dengan kata lain mereka harus memahami kondisi internal yang akan menjadi faktor penting dalam proses terjadinya suatu perilaku.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa pembelian kompulsif pada remaja adalah akibat dari adanya faktor keluarga yang mendukung pada terjadinya perilaku tersebut dengan didukung oleh kondisi internal individu yang bersangkutan berupa rendahnya kemampuan mengatur diri sendiri. Ada proses dinamika psikologis yang terjadi pada individu ketika yang bersangkutan dalam lingkungan keluarga yang tidak mendukung. Proses dinamika terjadi berawal dari munculnya perasaan rendah diri, yang diikuti dengan ketidakmampuan dalam mengontrol diri, termasuk ketidakmampuan dalam mengendalikan sikap

materialisme, yang pada gilirannya akan memunculkan perilaku pembelian kompulsif.

Hasil pengujian pengaruh langsung lingkungan keluarga terhadap pembelian kompulsif ditemukan nilai $R=0,163$ $p=0,002$ dengan koefisien determinan $R^2=0,026$. Hal ini berarti bahwa lingkungan keluarga yang dicirikan dengan tingginya dukungan keluarga dan rendahnya stresor keluarga berpengaruh sebesar 26% terhadap tinggi rendahnya pembelian kompulsif pada remaja. Hal ini berarti bahwa semakin lingkungan keluarga seseorang, maka akan semakin rendah tingkat pembelian kompulsifnya. Sebaliknya, jika semakin tidak kondusif lingkungan keluarga seseorang maka akan semakin tinggi pembelian kompulsifnya. Dalam penelitian ini, kondusif berarti kondisi yang mendukung atau sesuai dengan harapan.

Pola perilaku berbelanja seseorang bukanlah sesuatu yang diperoleh secara tiba-tiba melainkan melalui suatu proses belajar. Keluarga (dalam hal ini orang tua) memegang peranan penting terhadap pembentukan karakter anak termasuk dalam mengkonsumsi dan membeli barang. Berdasar penelitian Dotson & Hyatt, (2005) menyatakan terdapat tiga kelompok yang mempengaruhi perilaku berbelanja atau perilaku konsumsi anak, yaitu: orang tua, teman (*peer group*) dan media massa (khususnya televisi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang tua memegang peranan yang dominan dalam mempengaruhi perilaku berbelanja anak-anak. Keluarga merupakan dasar dalam sosialisasi konsumen. Pola komunikasi keluarga mempengaruhi bagaimana seorang anak mengambil keputusan dalam hal pembelian, yang menentukan bagaimana anak tersebut berperilaku sebagai konsumen di masa depan (Caruana & Vassallo, 2003), yaitu dapat menempatkan skala prioritas terhadap suatu barang atau pembelian, setelah memasuki usia remaja atau dewasa. Peranan keluarga dimana seseorang dibesarkan dapat mengarah pada perilaku pembelian kompulsif sebagai salah satu cara untuk mendapatkan kepuasan. Adanya ketidakpastian dan permasalahan dalam keluarga dapat mempengaruhi perkembangan anak yang nantinya dapat membuat anak memiliki sifat-sifat yang negatif.

Konsep utama teori belajar sosial menyatakan bahwa proses belajar dapat terjadi dengan cara mengamati. Artinya proses belajar dari individu akan terjadi dengan cara memperhatikan model. Terkadang perilaku seseorang bisa timbul hanya karena proses *modeling* atau peniruan yang merupakan reproduksi perilaku yang langsung dan mekanis. Dalam konteks ini, perilaku orang tua akan dijadikan model bagi anak untuk berperilaku, jika orangtuanya mempunyai karakteristik sebagai pembeli kompulsif maka anaknya akan meniru perilaku tersebut.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Gwin *et al.* (2004) mengatakan bahwa pembelian kompulsif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik itu pengaruh dalam diri individu maupun keluarga. Selain itu juga penelitian yang dilakukan Hirschman dan Stern (1999) yang menemukan bahwa perilaku kompulsif sangat terkait dengan kondisi keluarga yang ditandai dengan penggunaan alkohol atau narkoba, kekerasan fisik, atau konflik emosional seperti perceraian atau perpisahan.

Selanjutnya, mencari hasil pengujian pengaruh tidak langsung. Pengaruh tidak langsung adalah sejauhmana peran variabel eksogen terhadap variabel endogen yang diperkuat oleh variabel mediator. Variabel mediator bermakna jika dapat memperkuat hubungan kedua variabel tersebut. Sebaliknya, variabel mediator tidak bermakna jika fungsinya tidak memperkuat hubungan antara kedua variabel tersebut.

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung antara lingkungan keluarga dengan pembelian kompulsif yang diperantarai oleh harga diri ditemukan pengaruh sebesar -0,125, kontrol diri sebesar -0,196, dan oleh materialisme ditemukan hasil sebesar -0,520. Dengan demikian, materialisme mempunyai sumbangan yang paling besar sebagai variabel mediator dalam hubungan antara lingkungan keluarga dengan pembelian kompulsif dibanding dengan dua variabel lainnya.

Peran harga diri sebagai variabel mediator pada hubungan antara lingkungan keluarga dengan pembelian kompulsif memberikan nilai ($\beta = -0,125$; $p < 0,05$), dengan koefisien determinan sebesar 2%. Meskipun hasil tersebut lebih kecil dari hasil uji pengaruh langsung ($\beta = 0,143$; $p < 0,05$), namun tetap ada pengaruh. Artinya lingkungan keluarga yang tidak kondusif akan menyebabkan rendahnya

harga diri yang berakibat pada tingginya pembelian kompulsif. Hasil ini sejalan dengan penelitian Palan *et al.* (2011) serta Joshanloo dan Afshari (2009) yang menemukan bahwa harga diri berkorelasi negatif dengan pembelian kompulsif. Individu yang mempunyai harga diri tinggi akan mempunyai strategi yang baik dalam mengatasi suasana hati yang negatif, sebaliknya individu yang mempunyai harga diri yang rendah akan melakukan suatu perilaku negatif termasuk melakukan pembelian kompulsif sebagai upaya mengatasi masalah yang dihadapinya.

Peran kontrol diri sebagai variabel mediator pada hubungan antara lingkungan keluarga dengan pembelian kompulsif memberikan sumbangan sebesar ($B = -0,196$; $p < 0,05$) dengan koefisien determinan sebesar 6%. Artinya lingkungan keluarga yang tidak kondusif akan menyebabkan rendahnya kontrol diri yang berakibat pada tingginya pembelian kompulsif. Remaja yang tidak mendapat bimbingan dari keluarganya dan hidup dalam keluarga yang penuh dengan tekanan ia akan berpikir dan berperilaku sesuai dengan apa yang diinginkannya, dengan kata lain kontrol dirinya menjadi rendah sehingga tidak mampu mengontrol berbagai perilakunya termasuk dalam aktivitas berbelanja. Karena itu mereka menjadi remaja yang mempunyai tingkat pembelian kompulsif yang tinggi.

Peran materialisme sebagai variabel mediator pada hubungan antara lingkungan keluarga dengan pembelian kompulsif memberikan sumbangan sebesar ($B = 0,520$; $p < 0,05$), dengan koefisien determinan sebesar 28%. Artinya lingkungan keluarga yang tidak kondusif akan menyebabkan tingginya materialisme yang berakibat pada tingginya pembelian kompulsif. Remaja yang tidak mendapat bimbingan dari keluarganya dan hidup dalam keluarga yang penuh dengan tekanan ia akan mencari kepuasan dalam bentuk perolehan dan kepemilikan materi sebagai pelampiasan dari keadaan keluarganya yang tidak menyenangkan. Bentuk perilaku nyata dari sikap materialisme ini ditunjukkan dalam aktivitas pembelian kompulsif yang tinggi.

Bila dibandingkan dengan hasil uji pengaruh langsung, variabel harga diri dan variabel kontrol diri memiliki skor yang lebih kecil sedangkan variabel materialisme justru sebaliknya. Hal ini menunjukkan peran materialisme menjadi faktor yang paling dominan dibanding dua variabel lainnya sebagai variabel

perantara, karena variabel materialisme merupakan faktor yang paling dekat dengan kemungkinan terjadinya perilaku pembelian kompulsif, sedangkan variabel harga diri dan kontrol diri masih memerlukan variabel perantara lain agar hubungannya menjadi lebih tinggi. Artinya meskipun faktor harga diri dan kontrol diri bisa menjadi mediator terjadinya pembelian kompulsif, tetapi masih ada faktor lain yang lebih berperan dalam memediasi lingkungan keluarga dengan pembelian kompulsif. Hasil pengujian ini telah memperkuat hasil sebelumnya tentang pengujian model pada penelitian ini yang menemukan bahwa materialisme merupakan variabel yang langsung berhubungan dengan pembelian kompulsif.

Temuan tambahan yang dibahas pada penelitian ini yaitu temuan tentang perbedaan jenis kelamin (laki-laki dan perempuan) terhadap materialisme dan pembelian kompulsif. Hasil analisis tentang perbedaan jenis kelamin terhadap materialisme menyatakan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam hal materialisme. Perempuan cenderung lebih tinggi tingkat materialismenya dibanding dengan laki-laki dengan perbandingan mean 25,41:27,49 dan perempuan juga lebih tinggi pembelian kompulsifnya dibandingkan laki-laki dengan perbandingan mean sebesar 27,70:31,69.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Faber dan O'Quinn (1989), menemukan bahwa perempuan cenderung untuk mencari bantuan dalam mengatasi masalah pribadinya. Salah satu yang biasa dilakukan adalah pembelian kompulsif. Hasil penelitian senada telah ditemukan oleh Robert (2003) yang menyatakan bahwa perempuan perhatiannya lebih terfokus pada hal-hal yang berkaitan dengan simbol finansial dan lebih memperhatikan pada penampilan fisik yang menarik jika dibandingkan dengan laki-laki sehingga mereka lebih banyak memerlukan pengeluaran materi untuk kebutuhan pakaian dan kosmetik.

Penelitian yang hampir sama Roberts dan Roberts (2012) yang menemukan bahwa terdapat perbedaan tingkat pembelian kompulsif antara remaja perempuan dengan remaja laki-laki dengan perbandingan mean sebesar 28.7: 25.9. Mereka berpendapat bahwa remaja perempuan merespon stress lebih tinggi daripada

remaja laki-laki. Selanjutnya merekapun beranggapan bahwa dalam mengatasi stress remaja perempuan lebih banyak menggunakan strategi dukungan sosial sementara remaja laki-laki cenderung mengambil bagian dalam kegiatan fisik. Remaja perempuan cenderung menggunakan pembelian kompulsif sebagai salah satu bagian dari strategi koping dalam menyelesaikan masalah yang dihadapinya.

F. Penutup

Penelitian ini menemukan determinan pembelian kompulsif yang tercermin dalam model teoritis determinan pembelian kompulsif berlandaskan teori belajar sosial. Hasil temuan ini menjelaskan bahwa lingkungan keluarga mempunyai potensi menyebabkan pembelian kompulsif, namun hal tersebut tergantung kepada kondisi internal individunya, yaitu harga diri, kontrol diri dan materialisme. Proses dinamikanya adalah berawal dari munculnya perasaan rendah diri, yang diikuti dengan ketidakmampuan dalam mengontrol diri, termasuk ketidakmampuan dalam mengendalikan sikap materialisme, yang pada akhirnya akan memunculkan perilaku pembelian kompulsif.

Pada konteks pemahaman model perilaku pembelian kompulsif dalam penelitian ini ditemukan bahwa lingkungan keluarga selain berpengaruh langsung terhadap pembelian kompulsif juga berpengaruh tidak langsung melalui variabel mediator yaitu variabel harga diri, kontrol diri, serta materialisme. Proses dinamika psikologis yang terjadi adalah lingkungan keluarga yang kondusif akan meningkatkan harga diri. Harga diri yang tinggi akan mampu mengembangkan kontrol diri. Kontrol diri yang tinggi akan mampu mengendalikan gaya hidup materialisme. Tingkat materialisme yang rendah akan mampu mengendalikan remaja dari perilaku pembelian kompulsif

Dinamika psikologi tersebut dapat dipahami melalui teori belajar sosial, bahwa keluarga adalah dasar terbentuknya perilaku pembelian kompulsif, karena awal sosialisasi konsumen berasal dari keluarga. Keluarga yang orang tuanya berstatus sebagai pembeli kompulsif akan menjadi model untuk ditiru oleh remaja. Selain itu, keluarga (dalam hal ini orang tua) yang tidak memberikan

dukungan (antara lain kasih sayang, perhatian) tetapi malah banyak memberikan tekanan maka akan menjadi penguat bagi remaja untuk melakukan pembelian kompulsif sebagai akibat dari kondisi keluarga yang tidak menyenangkan. Rekomendasi yang diajukan sehubungan dengan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

Bagi praktisi di bidang perilaku konsumen. Perilaku pembelian kompulsif merupakan suatu fenomena menarik dalam kajian perilaku konsumen. Meskipun memiliki efek negatif bagi konsumen, namun hal tersebut juga dianggap mempunyai efek positif dalam jangka waktu yang pendek karena itu menjadi penting dan menarik untuk dicermati secara seksama. Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan rujukan dalam membuat suatu intervensi psikologis dalam menyikapi perilaku pembelian kompulsif. Selain itu hasil penelitian ini dapat dibandingkan dengan hasil penelitian dari negara lain, sehingga bisa memberikan gambaran tentang perilaku pembelian kompulsif dalam konteks budaya yang berbeda.

Bagi peneliti selanjutnya. Dengan adanya berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, maka ada beberapa saran yang disampaikan pada peneliti lebih lanjut dalam upaya untuk lebih memahami dan upaya preventif terhadap perilaku pembelian kompulsif yaitu:

1. Desain penelitian. Desain penelitian ini merupakan pengujian model yang dalam prosesnya dilakukan beberapa kali modifikasi. Ketidak-cocokkan model pada tahap awal mungkin saja disebabkan karena adanya variabel penting lain yang tidak dimasukkan pada model ini. Karena itu bagi peneliti selanjutnya bisa memasukkan variabel lain seperti pola komunikasi keluarga (antara orang tua dan anak), faktor sosial ekonomi (penghasilan atau status sosial ekonomi), juga faktor sosial seperti media televisi maupun iklan serta peran teman sebaya sebagai faktor determinan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Selain itu, berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas, walaupun instrument penelitian ini telah memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi namun masih ditemukan adanya aitem yang koefisien korelasinya kurang dari 0,300 dan ada faktor yang nilai loadingnya masih kurang dari 0,500.

2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sehingga memiliki keterbatasan dalam penggalan dan penyampaian data. Oleh karena itu, perlu dipertimbangkan untuk meneliti tema ini dengan pendekatan kualitatif (baik melalui observasi, wawancara, maupun FGD) atau pendekatan kuantitatif dengan pendekatan eksperimental.

Demikian saran yang disampaikan kepada berbagai pihak, semoga hasil penelitian ini menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi pengembangan keilmuan psikologi secara umum dan psikologi konsumen secara khusus, juga memberikan sumbangsih bagi penyelesaian masalah praktis yang berhubungan dengan pembelian kompulsif yang terjadi pada remaja.

Daftar Pustaka

- Andrew, S.N., Goldsmith, T.D., & McElroy, S.C., (2000). Treatment of binge-eating disorder with topiramate: A clinical case series. *Journal of Clinical Psychiatry*, 61(5), 368-372.
- Bandura, A. (1985). *Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality & Social Psychology Review*, 3 (3), 193-209.
- Black, D. W. (2001). Compulsive buying disorder: definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*, 15(1), 17-27.
- Black, D. W., Repertinger, S., Gaffney, G. R., & Gabel, J. (1998). Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying: preliminary findings. *American Journal of Psychiatry*, 155(7), 960-963.
- Caruana, A. & Vassallo, R., (2003). Children's perception of their influence over purchases: The role of parental communication patterns. *The Journal of Consumer Marketing*, 20(1), 55-66.
- D'Astous, A., Maltais, J., & Roberge, C. (1990). Compulsive buying tendencies of adolescent consumers. *Advances in Consumer Research*, , 17, 306-312
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying - a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, 96, 467-91.

- Dotson, M. J., & Hyatt, E. M. (2005). Major influence factors in children's consumer socialization. *Journal of Consumer Marketing*, 22(1), 35-42.
- Elfhag, K., Tynelius, P., & Rasmussen, F., (2010). Self-Esteem Links in Families with 12-Year-Old Children and in Separated Spouses. *The Journal of Psychology*. 144(4). 341-359
- Faber, R. J., & Christenson, G. A. (1996). In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. *Psychology & Marketing*, 13(8), 803-819.
- Faber, R.J., & O'guinn, T.C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of consumer Research*, 459-469.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1989). Classifying compulsive consumers: advances in the development of a diagnostic tool. *Advances in Consumer Research*, 16(1), 738-744
- Fayez, G.A., Ohaeri, J.U., & Gado, O.M., (2010). Prevalence of physical, psychological, and sexual abuse among a nationwide sample of Arab high school students: association with family characteristics, anxiety, depression, self-esteem, and quality of life, *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 47(1), 53-66
- Feist, J., & Feist, G.J., (2009). *Theories of Personality*, Avenue of Americas, NJ: Mc Graw Hill
- Flouri, E., (2005). Adult materialisme/postmaterialisme and later mental health: The role of self-efficacy, *Social Indicators Research* 73(1). 1-18
- Gwin, C. F., Roberts, J. A., & Martínez, C. R. (2004). Does Family Matter? Family Influences on Compulsive Buying in Mexico. *Marketing Management Journal*, 14(1), 45-62.
- Gwin, C. F., Roberts, J. A., & Martínez, C. R. (2005). Nature vs nurture: The role of family in compulsive buying. *Marketing Management Journal*, 15, 95-107.
- Hirschman, E. C. (1992). The consciousness of addiction: toward a general theory of compulsive consumption. *Journal of Consumer Research*, 19, 155-179.
- Hirschman, E. C., & Stern, B. B. (1999). The roles of emotion in consumer research. *Advances in Consumer Research*, 26, 4-11.
- Hurlock, Elizabeth. B. (2004). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Johnson, T. W. & Trautmann-Attman, J. (2009). Compulsive consumption behaviours: investigating relationships among binge eating, compulsive clothing buying and fashion orientation. *International Journal of Consumer Studies*, 33, 267-273.
- Joshanloo, M. & Afshari, S. (2011). Big five personality traits and self esteem as predictors of life satisfaction in Iranian Muslim University Students, *Journal of Happiness Studies* 12 (1), 105-113.
- Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 248-253.
- McElroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H. G., Smith, J. M., & Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: a report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.
- Mowen, J. C., & Spears, N. (1999). Understanding compulsive buying among college students: A hierarchical approach. *Journal of Consumer Psychology*, 8(4), 407-430.
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 147-157.
- Palan, K. M., Morrow, P. C., Trapp, A., & Blackburn, V. (2011). Compulsive buying behavior in college students: The mediating role of credit card misuse. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(1), 81-96.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Denton, F. (1997). Family Structure, Materialisme, and Compulsive Consumption. *Journal of Consumer Research*, 23(4), 312-325.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive buying among college students: An investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy. *The Journal of Consumer Affairs*, 32(2), 295-319.
- Roberts, J. A., Gwin, C. F., & Martínez, C. R. (2004). The Influence of Family Structure on Consumer Behavior: A Re-Inquiry and Extension of Rindfleisch Et al. (1997) in Mexico. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 12(1), 61-79.
- Roberts, J. A., & Pirog, S. F. (2004). Personal goals and their role in consumer behavior: The case of compulsive buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 12(3), 61-73.
- Roberts, J. A., & Roberts, C. (2012). *Young Consumers*, 13(2), 113-123.
- Solomon, M. R. (2002). *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice Hall.

Valence, G., D' Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy*, 11(4), 419-433.

Yurchisin, J. & Johnson, K.K., (2004). Compulsive Buying Behavior and Its Relationship to Perceived Social Status Associated with Buying, Materialisme, Self-Esteem, and Apparel-Product Involvement, *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(3). 291-314