

ABSTRAK

Delfina Valencia (12120120017)

Analisis Pengaruh Nilai Materialistik Terhadap Motif Dalam Membeli dan Dampaknya Terhadap Kecenderungan *Online Compulsive Buying* pada Perempuan Remaja Akhir

(xiii + 116 halaman; 5 diagram; 18 tabel; 5 lampiran)

Kemajuan teknologi membuat remaja mulai masuk dalam perilaku pembelian secara *online*. Munculnya fenomena pembelian secara *online* ini telah mempengaruhi perilaku remaja dalam membeli suatu produk, bahkan mereka cenderung memperlihatkan perilaku pembelian secara ekstrim yang dinamakan sebagai *compulsive buying*. Remaja yang memiliki nilai materialistik terhadap produk *fashion* menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengalami *compulsive buying*, apalagi jika dilandasi oleh motif dalam membeli untuk meningkatkan *mood* dan memperoleh kesenangan (*emotional buying motives*), meningkatkan identitas diri atau citra diri (*identity-related buying motives*), dan memperoleh interaksi sosial dari sesama pembeli maupun pramuniaga (*social-experiential buying motives*).

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah motif dalam membeli dapat memediasi antara nilai materialistik dan kecenderungan *online compulsive buying* pada perempuan remaja akhir.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 276 perempuan remaja akhir berusia 15–20 tahun di Tangerang Selatan. Variabel yang diukur dengan menggunakan tiga jenis instrumen yaitu *The Material Value Scale (15-item)*, *The Buying Motives Scale*, dan *The Compulsion Spending Scale*. Penelitian ini menggunakan uji statistika *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan *Lisrel 8.8 for student*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara nilai materialistik dan kecenderungan *online compulsive buying* ($\rho=.620$, $p=.010$), antara nilai materialistik dan motif dalam membeli ($\rho=.900$, $p=.010$), serta antara motif dalam membeli dan kecenderungan *online compulsive buying* ($\rho=.750$, $p=.010$). Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa motif dalam membeli merupakan mediator yang baik antara nilai materialistik terhadap kecenderungan *online compulsive buying* ($\rho=.000$, $p=.010$).

Keyword: nilai materialistik, *online compulsive buying*, *buying motives*, *fashion*

Referensi: 70 (1989 – 2015)