

ABSTRAK**PENGARUH MATERIALISME TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN
KOMPULSIF PADA KONSUMEN BELANJA *ONLINE*
DI KARAWANG**

Sri Hamidah

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ps19.srihamidah@mhs.ubpkarawang.ac.id

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin pesat mempengaruhi aktivitas kehidupan khususnya perilaku konsumen. Dengan teknologi yang semakin berkembang konsumen tidak hanya dapat berbelanja di *shopping mall* atau toko-toko saja melainkan juga pada situs belanja online yang tersedia. Hal tersebut semakin mempermudah masyarakat dalam aktivitas belanja, dan dengan berbagai kemudahan tersebut, dapat memicu aktivitas belanja yang berlebih, berulang serta mengalami kesulitan dalam hal keuangan karena perilaku pembelian yang kompulsif. Salah satu faktor terjadinya perilaku pembelian kompulsif adalah materialisme. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik sampel kuota. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan dua skala psikologi yaitu *Material Value Scale* (MVS) dari Richins dan Dawson (dalam Wardani dan Sumaryanti, 2019) yang berjumlah 18 aitem dan *compulsive buying behavior scale* dari Edward (dalam Felicia., 2020) yang berjumlah 13 aitem. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen belanja *online* di Karawang. Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 (sig. < 0,05) yang artinya ada pengaruh materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen belanja *online* di Karawang. Adapun pengaruh yang disumbangkan oleh variabel materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif yaitu sebesar 14,7% dan 85,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Materialisme, Perilaku Pembelian Kompulsif, Konsumen Belanja *Online*

ABSTRACT**THE EFFECT OF MATERIALISM ON COMPULSIVE BUYING
BEHAVIOR OF ONLINE SHOPPING CONSUMERS
IN KARAWANG**

Sri Hamidah

Faculty of Psychology, Buana Perjuangan University, Karawang

Ps19.srihamidah@mhs.ubpkarawang.ac.id

In the current era of globalization, technological developments are increasingly rapidly affecting life activities, especially consumer behavior. With increasingly developing technology, consumers can not only shop at shopping malls or shops but also on available online shopping sites. This makes it easier for people in shopping activities, and with these various conveniences, it can trigger excessive, repetitive shopping activities and experience financial difficulties due to compulsive buying behavior. One of the factors causing compulsive buying behavior is materialism. This study uses a quantitative approach. The sampling method used is non-probability sampling with a quota sampling technique. The population in this study is not known with certainty so that the number of samples in this study was determined using the Lemeshow formula and a sample of 100 respondents was obtained. This study uses two psychological scales, namely the Material Value Scale (MVS) from Richins and Dawson (in Wardani and Sumaryanti, 2019) which has 18 items and the compulsive buying behavior scale from Edward (in Felicia., 2020) which has 13 items. The purpose of this study was to determine the effect of materialism on compulsive buying behavior among online shopping consumers in Karawang. Data analysis using a simple linear regression test showed a significant value of 0.000 (sig. <0.05), which means that there is an effect of materialism on compulsive buying behavior among online shopping consumers in Karawang. The influence contributed by the materialism variable on compulsive buying behavior is 14.7% and the other 85.3% is influenced by other variables.

Keywords: Materialism, Compulsive Buying Behavior, Online Shopping Consumers