

HALAMAN MOTTO

Believe in yorself



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur mendalam dengan telah diselesaikannya Skripsi ini

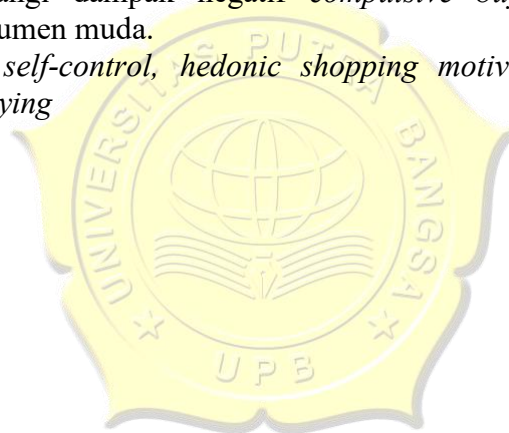
Penulis mempersembahkannya kepada:

1. Kepada orang tua saya bapak Suwito dan ibu Sri Wahyuningsih yang udh memberikan doa dan dukungannya
2. Kakak saya Prima adi wardana dan adik saya Faishal Najib yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sabar dalam menyusun skripsi.
4. Sahabat dekat penulis Zaenal ahyar, Ilham Muzaki, Muzafa faozi, Ilham Faturahman, Alfin tri Hartono, Ahmad Syaefudin, Iqbal Muhammad Darmawan, dan Risa Fadilla
5. Seluruh pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-control*, *hedonic shopping motivation*, dan materialisme terhadap perilaku *compulsive buying* pada pengikut akun Instagram @SepatuCompass. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional, melibatkan 100 responden yang telah melakukan pembelian produk Sepatu Compass. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert 1–5, dengan teknik *non-probability sampling* dan pendekatan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *compulsive buying*; *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying*; dan materialisme juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying*. Selain itu, (4) *self-control*, *hedonic shopping motivation*, dan materialisme secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *compulsive buying*. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi merek seperti Sepatu Compass untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih etis, menyeimbangkan konten promosi dengan edukasi finansial, serta menginisiasi program edukasi keuangan guna mengurangi dampak negatif *compulsive buying*, khususnya di kalangan konsumen muda.

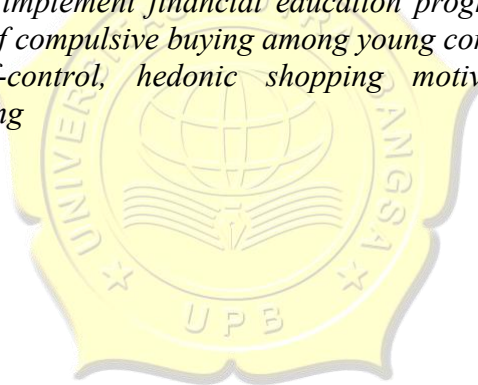
Kata kunci: *self-control*, *hedonic shopping motivation*, materialisme, *compulsive buying*



ABSTRACT

This study aims to examine the influence of self-control, hedonic shopping motivation, and materialism on compulsive buying behavior among Instagram followers of @SepatuCompass. A quantitative approach with a cross-sectional design was used, involving 100 respondents who had previously purchased Sepatu Compass products. Data were collected through an online questionnaire using a 5-point Likert scale and analyzed using multiple linear regression. The sampling technique applied was non-probability purposive sampling. The results show that (1) self-control has a negative and significant effect on compulsive buying; (2) hedonic shopping motivation positively and significantly influences compulsive buying; and (3) materialism also has a positive and significant effect on compulsive buying. Furthermore, (4) all three variables—self-control, hedonic shopping motivation, and materialism—simultaneously have a significant influence on compulsive buying behavior. The findings suggest practical implications for brands such as Sepatu Compass to adopt more ethical marketing strategies, balance promotional content with financial awareness, and implement financial education programs to mitigate the adverse effects of compulsive buying among young consumers.

Keywords: *self-control, hedonic shopping motivation, materialism, compulsive buying*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Self-Control*, *Hedonic Shopping Motivation*, Dan Materialisme Terhadap *Compulsive Buying* (Studi Pada *Followers* Instagram @*Sepatucompass*)”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dan dukungannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sabar dalam menyusun skripsi.
3. Segenap dosen dan civitas akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
4. Semua responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan, bimbingan, motivasi, bantuan, dan semangat yang diberikan pihak-pihak bersangkutan akan mendapat balasan kebaikan dari Alloh SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna perbaikan dan evaluasi untuk menjadi lebih baik. Selain itu penulis berharap skripsi ini dapat dimanfaatkan bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
2.1 Tinjauan Teori	14
2.1.1 <i>Compulsive Buying</i>	14
2.1.2 <i>Self-control</i>	17
2.1.3 <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	20

2.1.4	Materialisme	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3	Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1	<i>Self-Control</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	29
2.3.2	<i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	30
2.3.3	Materialisme terhadap <i>Compulsive Buying</i>	31
2.4	Model Empiris.....	33
2.5	Hipotesis.....	34
BAB III		36
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	36
3.1.1	Objek Penelitian	36
3.1.2	Subjek Penelitian.....	36
3.2	Variabel Penelitian.....	36
3.2.1	Variabel Independen	37
3.2.2	Variabel Dependen.....	37
3.3	Definisi Operasional Variabel	37
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	39
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan data	39
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6	Populasi dan Sample	40
3.6.1	Populasi	40
3.6.2	Sampel	40
3.7	Teknik Analisis	42
3.7.1	Uji Validitas.....	42
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.7.4	Uji Regresi Linear Berganda	46

3.7.5 Uji Koefisien Determinasi	47
3.7.6 Uji Hipotesis	48
BAB IV.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.2 Analisis Deskriptif Responden	51
4.2.1 Responden berdasarkan Usia.....	51
4.2.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.3 Analisis Statistik.....	54
4.3.1 Uji Validitas.....	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	56
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	57
4.3.4 Uji Regresi Linear Berganda	62
4.3.5 Uji Hipotesis	63
4.4 Pembahasan	65
4.4.1 <i>Self-Control</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	65
4.4.2 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	67
4.4.3 Materialisme terhadap <i>Compulsive Buying</i>	69
4.4.4 <i>Self-Control, Hedonic Shopping Motivation, dan Materialisme</i> terhadap <i>Compulsive Buying</i>	71
BAB V	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan	75
5.3 Implikasi.....	76
5.3.1 Implikasi Praktis	76
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Kategori Produk Paling Banyak Dibeli Secara <i>Online</i>	4
Tabel I- 2 Top 10 Sepatu Lokal Terbaik	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel III- 1 Operasional Variabel	38
Tabel IV- 1 Usia Responden	52
Tabel IV- 2 Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel IV- 3 Validitas <i>Self-Control</i>	54
Tabel IV- 4 Validitas <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	55
Tabel IV- 5 Validitas Materialisme	55
Tabel IV- 6 Validitas <i>Compulsive Buying</i>	56
Tabel IV- 7 Uji Reliabilitas	56
Tabel IV- 8 Uji Gleijser	58
Tabel IV- 9 <i>Tolerance</i> dan VIF	59
Tabel IV- 10 Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	60
Tabel IV- 11 Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel IV- 12 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	63
Tabel IV- 13 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	64
Tabel IV- 14 Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris	34
Gambar IV- 1 <i>Scatterplot</i>	57
Gambar IV- 2 P-P plot	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	84
Lampiran II Data Responden.....	88
Lampiran III Tabulasi Data.....	91
Lampiran IV Hasil Uji Validitas.....	97
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas	101
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik	102
Lampiran VII Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	104
Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis	105
Lampiran IX Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	106
Lampiran X Kartu Tanda Peserta Seminar Skripsi	107

