

Jody Yuwan Pratama (5130141). **Pemaknaan pembelian dan dinamika perilaku sebuah barang bagi konsumen *compulsive buying*. Skripsi Sarjana Strata I, Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya. Laboratorium Psikologi Sosial (2017)**

ABSTRAK

Penelitian tentang *compulsive buying* dilakukan atas dasar maraknya fenomena berbelanja secara *compulsive* di kalangan remaja perkotaan di Indonesia maupun di dunia. *Compulsive buying* adalah masalah seseorang dalam melakukan pembelian di sertai konsekuensi seperti masalah sosial, emosional dan masalah keuangan. Termasuk juga dalam hal ini konflik perkawinan (apabila telah menikah), kebangkrutan, mencuri, penggelapan dan bahkan mencoba untuk melakukan bunuh diri (Christenson et al., 1994 dalam McQueen, Moulding, & Kyrios, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan serta gambaran tentang dinamika perilaku, tahapan-tahapan, serta asal perilaku tersebut dapat muncul dan berkembang dalam konteks psikologi. Perilaku *compulsive* yang ditunjukkan oleh remaja merupakan sebuah bentuk pencarian jati diri dan identitas sosialnya agar mendapatkan sebuah tempat baginya didalam sebuah kelompok pergaulan atau mendapatkan perhatian. Informan yang terlibat berjumlah dua orang dan sama-sama merupakan remaja perempuan berumur antara 20-21 tahun. Subjek dipilih menggunakan kriteria yaitu mempunyai sebuah kecenderungan untuk berbelanja secara banyak dan tidak terencana, dengan jenis barang yang sama yakni *consumers goods*. *Setting* tempat pengambilan data dilakukan di tempat tinggal subjek yakni kost-kostan subjek dan rumah di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain penelitian interpretatif fenomenologis. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah koding. Koding yang digunakan berjenis 3 macam yakni koding terbuka dan koding aksial dan.. Kredibilitas dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen *compulsive buying* merupakan sebuah bentuk dari penguatan yang diberikan oleh lingkungan, lebih spesifik dalam penelitian ini adalah keluarga dan *peer group*. Dukungan-dukungan yang diterima oleh informan berupa dukungan secara finansial dan emosional, membuat perilaku tersebut semakin menguat. Dukungan yang diberikan oleh *peer group* terkait dengan perilakunya dapat menjadi sebuah *reinforcement positive* yang dirasakan oleh subjek. Mereka mengakui bahwa dengan menggunakan barang-barang dari merk impor seperti itu akan memunculkan sebuah konsekuensi positif seperti misalnya penerimaan dalam sebuah kelompok pergaulan.

Kata kunci: dinamika psikologis, *compulsive buying*.