

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Kontrol Diri

Baumeister (2009) dalam **Naomi dan Mayasari (2012 : 117)** mendefinisi kontrol diri sebagai suatu kapasitas untuk memberikan alternatif kondisi dan respon tertentu. Kontrol diri merupakan pola respon yang baru dimulai untuk menggantikan sesuatu dengan yang lain, misalnya respon yang berkaitan dengan mengalihkan perhatian dari sesuatu yang diinginkan, mengubah emosi, menahan dorongan tertentu dan memperbaiki kinerja.

Menurut **Calhoun dan Acocella (2010)** dalam **Ghufron dan Risnawita (2012:637)** mendefinisikan kontrol diri sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang; dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Kontrol diri juga berkaitan dengan mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan yang ada dalam dirinya. Seseorang yang memiliki kontrol diri akan mempertimbangkan segala konsekuensi yang akan terjadi sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak.

According to Wikström & Treiber (2009) in the journal Pauwels & weerman (2010 : 733) Self-control is defined a relevant factor in offending only when an individual actively considers committing a crime as an action alternative (thus having a low level of morality). “Kontrol diri didefinisikan sebagai faktor yang relevan dalam menyinggung hanya ketika seseorang secara aktif

menganggap melakukan kejahatan sebagai alternatif tindakan (sehingga memiliki tingkat moralitas yang rendah).

Berdasarkan beberapa pendapat maka dapat disimpulkan kontrol diri adalah perilaku seseorang menunjukkan bahwa orang kontrol diri yang tinggi lebih baik mampu mengendalikan pikiran mereka, mengatur emosi mereka, dan menghambat impuls mereka daripada orang-orang dengan kontrol diri yang rendah.

2.1.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Menurut **Ghufron & Risnawita (2012: 32)** sebagaimana faktor psikologis lainnya, kontrol diri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Secara garis besarnya faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari faktor internal (dari diri individu) dan faktor eksternal (lingkungan individu).

- a. Faktor internal Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang maka, semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu.
- b. Faktor eksternal Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga dan lingkungan sekitarnya. Lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Hasil penelitian Nasichah (2000) dalam Ghufron dan Risnawita (2014: 32) menunjukkan bahwa persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orang tua yang semakin demokratis cenderung diikuti tingginya kemampuan mengontrol dirinya. Oleh sebab itu, bila orang tua menerapkan sikap disiplin kepada anaknya secara intens sejak dini, dan

orang tua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang dilakukan anak bila ia menyimpang dari yang sudah ditetapkan, maka sikap kekonsistensian ini akan diinternalisasi anak dan kemudian akan menjadi kontrol diri baginya.

Sedangkan pendapat **Sriyanti, 2013: 3** mengemukakan bahwa faktor genetik juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kontrol diri seseorang. Faktor-faktornya yakni:

a. Genetik

Faktor genetik atau faktor keturunan sangat mempengaruhi kontrol diri seseorang. Anak yang berasal dari keturunan impulsif maka ia akan mempunyai kecenderungan berperilaku impulsif.

b. Lingkungan

Faktor lingkungan mempengaruhi perkembangan kontrol diri seseorang yaitu perilaku orang tua yang diamati anak, gaya pengasuhan, dan budaya.

c. Usia

Faktor usia turut pula mempengaruhi tingkat kontrol diri individu. Pada usia kanak-kanak, individu akan cenderung lebih impulsif dibanding individu yang lebih dewasa. Hal itu berarti semakin bertambahnya usia individu, semakin baik pula kemampuannya mengendalikan diri.

2.1.1.2 Mengembangkan Kontrol Diri

Goleman (2009) dalam **Luthfia (2011: 33)** menyatakan bahwa mengembangkan kontrol diri dibutuhkan pengendalian diri untuk menjaga agar

emosi, impuls dan tingkah laku tetap terkendali. Cara-cara yang dapat ditempuh untuk mengembangkan kontrol diri seseorang antara lain:

- a) Kemampuan mengelola dengan baik perasaan-perasaan impuls dan emosi-emosi yang menekan, yang mana jika muncul emosi-emosi dari dalam diri entah itu emosi positif ataupun emosi negatif, hendaknya dikelola sesuai porsi, artinya tidak berlebihan diekspresikan, dan tidak keras ditahan sehingga reaksi yang munculpun tidak akan menjadi suatu yang mengejutkan, dan selanjutnya diri akan mudah mengontrolnya.
- b) Kemampuan untuk tetap teguh, tetap positif dan tidak goyah bahkan dalam situasi yang paling berat. Artinya dalam situasi apapun, yang dikehendaki ataupun tidak sama sekali, keteguhan hati dan selalu berfikir positif kepada orang lain dan terhadap hal-hal yang terjadi, akan menjauhkan diri dari emosi negatif yang mungkin muncul atas apa sesuatu yang tidak dikehendaki.
- c) Kemampuan berfikir jernih dan tetap terfokus kendati dalam tekanan. Jika terjebak dalam situasi konflik, alangkah baiknya terlebih dahulu meredam emosi yang muncul, dan jika kepala sudah merasa dingin baru memikirkan semuanya dengan fikiran dan kepala dingin tanpa emosi serta berusaha menyelesaikan dengan berkonsentrasi pada satu masalah yang dihadapi, atau tidak mencampuradukkan dengan masalah lain.

2.1.1.3 Indikator Kontrol Diri

Menurut **Acep (2013:22)** mengungkapkan beberapa aspek yang terdapat dalam kontrol diri seseorang, antara lain :

- a. Aspek kontrol perilaku (*behavioral control*) Kemampuan mengontrol perilaku merupakan kesiapan atau terjadinya respons yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi keadaan yang tidak menyenangkan.
- b. Aspek kontrol stimulus (*cognitive control*) Kemampuan mengontrol stimulus ialah kemampuan untuk menggunakan proses dan strategi yang sudah dipikirkan untuk mengubah pengaruh stressor.
- c. Aspek kontrol peristiwa (*informational control*) Kemampuan menantisipasi peristiwa adalah kemampuan untuk mendapatkan informasi mengenai kejadian yang tidak dikehendaki, alasan peristiwa tersebut terjadi, perkiraan peristiwa selanjutnya yang akan terjadi, konsekuensi yang akan diterima terkait dengan kejadian tersebut.
- d. Aspek kontrol retrospektif (*retrospection control*) Kemampuan menilai peristiwa dari segi positif adalah keyakinan tentang apa dan siapa yang akan menyebabkan peristiwa yang penuh dengan stress setelah hal itu terjadi, kemampuan individu untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis untuk mengurangi tekanan.

- e. Aspek kontrol keputusan (*decision control*) Kemampuan mengambil keputusan adalah kemampuan individu untuk memilih hasil atau tindakan berdasarkan keyakinannya.

2.1.2 Materialisme

Menurut **Shiffman & Kanuk (2009:119)** definisi materialisme adalah “tingkat dimana seseorang dianggap materialistis” . Materialisme sebagai sifat kepribadian membedakan antara individu yang menganggap kepemilikan barang sangat penting bagi identitas dan kehidupan mereka, dan orang-orang yang menganggap kepemilikan barang merupakan hal yang sekunder. Ciri-ciri orang yang materialistis menurut **Kanuk (2009:119)** dalam **Raeny Dwi Santy (2013:6)** adalah diantaranya mereka yang sangat menghargai barang-barang yang dapat diperoleh dan dapat dipamerkan dan mereka mencari gaya hidup dengan barang yang mereka miliki.

According to Richins (2013) in the journal Brittanie Moran, M.A et al (2015:31) Materialism is defined as the importance a consumer attaches to attaining worldly possessions. When materialism is highly important in one's value system, possessions become a main focus. “Materialisme didefinisikan sebagai pentingnya konsumen melekat untuk mendapatkan harta duniawi. Ketika materialisme sangat penting dalam sistem nilai seseorang, kepemilikan menjadi fokus utama”

According to Shrum et al. (2013) in the journal Rahim (2018:354) materialism is defined as the degree where individuals engage in the development and maintenance of self, through the possession of products, services and

experiences.” Materialisme didefinisikan tingkat di mana individu terlibat dalam pengembangan dan pemeliharaan diri, melalui kepemilikan produk, layanan, dan pengalaman.”

Berdasarkan beberapa pendapat maka dapat disimpulkan materialisme adalah perilaku seseorang yang melihat barang dari merek, memperhatikan status sosialnya yang tidak memikirkan dirinya sendiri, mencari gaya hidup dan ingin memiliki barang yang banyak.

2.1.2.1 Faktor Yang Membentuk Nilai Materialisme

Menurut **Djudiyah dan Sumantri (2015:80)** ada beberapa faktor yang membentuk nilai materialisme pada diri individu diantaranya:

1. *Psychological Insecurity*, perasaan aman merupakan kebutuhan dasar setiap orang. Individu yang merasa tidak aman secara psikologis dapat melakukan kompensasi dengan berjuang keras untuk materi. Ketidakamanan psikologis dapat bersumber dari:
 - a. Pola asuh. Orang tua yang kurang mendukung tumbuhnya rasa aman pada anak akan menghasilkan anak-anak yang kurang aman secara psikologis.
 - b. Orang tua yang bercerai atau berpisah. Orang tua yang berpisah juga akan menghasilkan anak-anak yang tidak aman secara psikologis, sehingga mereka cenderung lebih materialis.
 - c. Deprivasi ekonomi. Orang yang berasal dari keluarga yang secara ekonomi kurang, cenderung lebih materialistic karena merasa kurang aman dengan kondisinya.

2. Tayangan peran model yang materialis;
 - a. Tayangan iklan. Iklan diberbagai media menayangkan gaya hidup yang menganggap penting materi dapat membuat orang menjadi materialis. Iklan di TV sering kali menggambarkan gambaran yang ideal dari selebriti dan kehidupannya. Ia akan mendorong untuk membandingkan kehidupan sendiri dengan image ideal.
 - b. Orang tua yang materialis. Orang tua yang materialis cenderung menghasilkan anak-anak yang materialis. Orang tua memiliki harapan tinggi terhadap materi, akan menghasilkan anak-anak yang cenderung materialis.
 - c. *Peer group* yang materialis. *Peer group* materialis yang dijadikan referensi dalam berperilaku juga akan berpengaruh pada temannya. Komunikasi dengan peer merefleksikan interaksi dengan teman. Remaja yang sering kali berkomunikasi dengan teman mungkin menunjukkan kebutuhan yang kuat untuk diterima oleh peer. Perbandingan sosial dengan teman merupakan prediktor yang lebih baik pada materialisme dibanding dengan figure di media.
3. Jenis kelamin. Perempuan lebih materialis dan memiliki kecenderungan belanja kompulsif yang lebih tinggi dibanding dengan laki-laki. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa perempuan memiliki persentase berbelanja lebih besar dibanding dengan laki-laki.
4. Kemudahan berhutang (kartu kredit). Bank memberikan fasilitas kredit ataupun toko yang memberikan layanan pembelian secara kredit juga

mampu membuat orang suka berbelanja maupun memiliki nilai materialistik tinggi

2.1.2.2 Indikator Materialisme

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2009:119)** telah menemukan hal-hal yang mendukung ciri-ciri orang yang materialis seperti sebagai berikut :

1. Mereka sangat menghargai barang-barang yang dapat diperoleh dan dipamerkan.
2. Mereka sangat egosentris dan egois.
3. Mereka mencari gaya hidup dengan banyak barang (misalnya, mereka ingin mempunyai berbagai banyak barang, bukannya gaya hidup yang teratur dan sederhana).
4. Kebanyakan milik mereka tidak memberikan kepuasan pribadi dan kebahagiaan yang lebih besar.

Persoalan dalam materialisme konsumen adalah sebagai berikut

Schiffman dan Kanuk (2009:119) :

1. Sukses yaitu tingkat dimana seseorang merasa baik, sukses, dan ingin mengesankan orang lain.
2. Sentralisasi yaitu tingkat dimana seseorang merasa menikmati aktivitas belanja dan memberikan kesenangan diri.
3. Kebahagiaan yaitu tingkat dimana seseorang merasa bahagia jika membeli barang yang disukai.

2.1.3 Perilaku Pembelian Kompulsif

Menurut **Yi (2012)** dalam **cen lu & Suwarno (2015:135)** *compulsive buying* atau pembelian kompulsif adalah pembelian kronis yang berulang dimana belanja sudah menjadi obat bagi konsumen untuk lepas dan keluar dari berbagai respon negatif yang dialami. Perilaku pembelian kompulsif dapat dipengaruhi juga faktor pribadi lain seperti depresi dan suasana hati yang tidak baik sehingga membuat individu melakukan pelarian dengan melakukan pembelian yang berlebihan dan pada akhirnya menjadi materialistik.

According to **Muller et al. (2015)** in the journal **Unger et al. (2018:2)** the definition of compulsive purchases is as chronic preoccupation with purchases and an irresistible drive for repeat purchases, which are mainly shown as maladaptive responses to negative or negative emotions. “definisi pembelian kompulsif adalah keasyikan kronis dengan pembelian dan dorongan yang tak tertahankan untuk pembelian berulang, yang terutama ditunjukkan sebagai respons maladaptif terhadap emosi negatif atau negatif.”

According to **Ridgway et al., (2008)** in the journal **Moon & Attiq (2018:550)** *Compulsive buying* is defined as a consumer’s tendency to be preoccupied with buying that is revealed through repetitive buying and a lack of impulse control over buying. “Pembelian kompulsif didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk disibukkan dengan pembelian yang diungkapkan melalui pembelian berulang dan kurangnya kontrol impuls terhadap pembelian”

According to **Williams & Grisham, (2012)** in the journal **Spinella & Lester (2014:670)** *Compulsive buying* has been defined as a preoccupation with

buying, impulses to buy that are irresistible, and frequent buying of more than can be afforded or of things that are not needed. “Pembelian kompulsif didefinisikan sebagai keasyikan dengan pembelian, dorongan untuk membeli yang tak tertahankan, dan sering membeli lebih dari yang bisa diberikan atau hal-hal yang tidak diperlukan

Berdasarkan definisi para ahli maka dapat disimpulkan bahwa perilaku pembelian kompulsif merupakan seseorang yang membeli barang secara berulang-ulang dan cenderung lebih suka menghabiskan uang tidak memikirkan kondisi keuangan, faktor dalam penyebab tersebut yaitu kehilangan kontrol diri.

2.1.3.1 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Kompulsif

Menurut **Christina (2010 : 53)** pembelian kompulsif yang dilakukan secara emosional, untuk memenuhi kebutuhan psikologis, terbentuk dari faktor-faktor berikut :

1. Rangsangan
 - a. Peritel mengguna musik, pajangan visual, aroma, dan demonstrasi langsung didalam toko untuk menciptakan ketertarikan dari konsumen.
 - b. Peritel juga merangsang konsumen dengan grafik dan gambaran-gambaran yang menarik mengenai toko mereka pada katalog ataupun situs Web mereka.

2. Pengalaman sosial

Peritel juga harus memperhatikan kondisi dan interaksi social, karena konsumen saat ini lebih memilih suasana yang lebih akrab

3. Mengetahui tren terbaru

Peritel harus selalu memperhatikan trend yang berkembang, hingga memudahkan mereka untuk menggaet konsumen.

4. Status dan kekuasaan

Konsumen tidak suka menunggu lama dalam proses pembayaran, karena mereka menginginkan respek dan perhatian yang tinggi bagi mereka

5. Balas jasa kepada diri sendiri

Peritel memuaskan konsumendengan memberikan layanan lebih, misalnya melakukan *make over* ketika berada dalam toko

2.1.3.2 Tingkatan Pembelian Kompulsif

Edwards dalam **Poetra (2012:4)** mengklasifikasikan konsumen berdasarkan tingkat kompulsivitas dalam berbelanja, yaitu:

1. *Low (Borderling) Level*

Konsumen dengan tingkat berbelanja ini adalah seorang yang berada di antara menghibur diri dan menghamburkan uang.

2. *Medium (Compulsice) level*

Konsumen dengan tingkat bereblanja ini sebagian besar berbelanja untuk menghilangkan kecemasan.

3. *High (Addicted) level*

Pada tingkatan ini seseorang yang berbelanja sebagian besar untuk menghilangkan kecemasan, tetapi pada *addicted level* ini seseorang memiliki perilaku berbelanja ekstrim.

2.1.3.3 Konsekuensi Perilaku Pembelian Kompulsif

Menurut **Lisan dan Ida (2010:7)** Konsekuensi yang dapat muncul dari adanya perilaku pembelian kompulsif ialah :

1. Dorongan tak terkendali untuk berbelanja

Keinginan untuk menghilangkan perasaan negatif melalui kegiatan berbelanja sangat kuat dalam diri si pembeli kompulsif. Jika keinginan kuat tersebut selalu muncul ketika mereka mengalami perasaan negatif, maka tidak mengherankan dalam diri mereka akan selalu muncul keinginan berbelanja yang tidak terkendali. **Faber dan O'Guinn** menjelaskan bahwa Perilaku Kompulsif dilakukan secara berulang-ulang.

2. Sikap terhadap Iklan

Menurut **Kwak et al** dalam (**Lisan dan Ida, 2010:8**) mengatakan bahwa pembeli kompulsif memiliki reaksi yang berbeda terhadap iklan dibandingkan dengan konsumen normal lainnya. Berdasarkan Teori Perbandingan Sosial, **Kwak et al** dalam (**Lisan dan Ida, 2010:8**) juga mengatakan bahwa konsumen membandingkan kehidupan nyatanya dengan kehidupan ideal yang ditampilkan didalam iklan. Oleh karena itu, pembeli kompulsif akan merasa tidak puas dengan kehidupan nyatanya yang sekarang, akibatnya konsumen ingin menyamai kehidupan ideal yang ditampilkan dalam iklan tersebut, dan cara untuk mendapatkan kehidupan idealnya adalah dengan melakukan pembelian atas produk yang diiklankan. Selain itu, pembeli kompulsif juga cenderung lebih mudah dipengaruhi oleh iklan atau hal semacamnya.

3. Masalah Keuangan

Individu yang cenderung melakukan pembelian kompulsif tidak memperlmasalahkan hal keuangan meskipun itu berarti ia harus berhutang atau harus menggunakan kartu kredit untuk memenuhi keinginannya berbelanja. Seperti yang dikatakan oleh **Dittmar** bahwa finansial bukan halangan bagi pembeli kompulsif mengingat dorongan untuk membeli suatu produk sangatlah kuat. Jika kondisi tersebut terjadi secara berulang-ulang, maka kemungkinan hutang para pelaku kompulsif akan semakin banyak dan akibatnya akan menimbulkan masalah keuangan bagi dirinya seperti kesulitan dalam membayar hutang.

2.1.3.4 Indikator Perilaku Pembelian Kompulsif

Menurut **Fenny dkk (2014 : 105)** berpendapat bahwa dimensi dari pembelian kompulsif terdiri dari:

1. *Tendency to Spend* (Kecenderungan untuk belanja)

Yaitu sebagian besar mengarah pada kecenderungan seseorang untuk melakukan aktivitas berbelanja dan lebih sering menghabiskan uang.

2. *Compulsion/drive to spend* (paksaan/dorongan untuk menghabiskan)

yaitu adanya dorongan, keinginan atau motivasi untuk mengeluarkan uang seperti berbelanja.

3. *Feeling (joy) about shopping and spending* (merasa senang ketika belanja)

yaitu individu akan menikmati dan bahagia melakukan aktivitas berbelanja dan membeli yang dilakukan.

4. *Dysfunctional spending* (pengeluaran disfungsional)

yaitu mengeluarkan uang yang tidak sesuai dengan fungsinya. Misalnya berbelanja barang-barang yang tidak diperlukan.

5. *Post Purchase Guilt* (Pasca pembelian, rasa bersalah)

Menggambarkan perasaan penyesalan dan pengalaman memalukan setelah melakukan pembelian secara berlebihan

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penulisan penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan ke orisinalitasan penelitian ini :

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Kontrol diri, Motivasi dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif ISSN : 0216-9382 Rini Kartika Sari (2013)	variabel kontrol diri, motivasi dan materialisme berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian kompulsif. Variabel kontrol diri merupakan variabel yang paling besar mempengaruhi pembelian kompulsif	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan Variabel Independen Materialisme, kontrol diri dan Dependennya Perilaku Pembelian Kompulsif	Tempat Penelitian Berbeda
2	Peran Motivasi Hedonis memediasi Pengaruh sifat materialisme terhadap perilaku pembelian impulsive ISSN : 2302-8912	sifat materialisme berpengaruh positif terhadap motivasi hedonis, Motivasi Hedonis berpengaruh positif terhadap pembelian impulsive, sifat materialisme	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan Variabel Independen Sifat Materialisme	Tempat Penelitian Berbeda

	Kadek Andika Prawira Laksana&Gede Suparna (2015)	berpengaruh secara positif terhadap perilaku pembelian impulsive.		
3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Siswa SMA Dalam Perilaku Pembelian Kompulsif Perspektif Psikologi ISSN : Vol. 9, No. 2, Desember (2012) Prima Naomi dan Iin Mayasari (2012)	Kontrol Diri secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif, materialisme secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif,	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan variabel dependen perilaku pembelian kompulsif	Tempat Penelitian Berbeda
4	Pengaruh Kontrol Diri, Celebrity Worship dan Kepribadian Big Five Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif ISSN : 2549-6468 Siska Anastasia (2017)	Kontrol Diri secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian kompulsif, celebrity worship secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian kompulsif, Kepribadian Big Five signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian kompulsif.	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan variabel independen kontrol diri dan menggunakan variabel dependen perilaku pembelian kompulsif	Tempat Penelitian Berbeda
5	Pengaruh Hedonisme dan Materialisme terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif di Kota Malang ISSN : Vol 4, No 1 (2015) Angga Pandu Wijaya & Agung Yuniarinto (2015)	Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara Hedonisme dan Mterialisme terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan variabel independen Materialisme dan variabel dependen Pembelian Kompulsif.	Tempat Penelitian Berbeda
6	<i>Saving, Spending, and Self-Control: Cognition versus</i>	Berdasarkan Hasil Penelitian terdapat pengaruh yang	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan	Tempat Penelitian Berbeda

	<i>Consumer Culture</i> ISSN : Volume 39, No. 2 (2012) Martha A. Starr (2012)	signifikan antara , kontrol diri, budaya konsumen dan representasi ekonomi.	Variabel Independen kontrol diri dan Materialisme dan Dependennya Peilaku Pembelian Kompulsif	
7	<i>Identity Confusion and Materialism Mediate the Relationship Between Excessive Social Network Site Usage and Compulsive Buying</i> ISSN : Volume 20, Number 8 (2017) Saeed Pahlevan Sharif, PhD, and Jasmine Khanekharab. PhD (2017)	Berdasarkan Hasil Penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara kebingungan identitas dan materialisme memediasi hubungan antara pengguna situs jaringan sosian berlebihan dan pembelian kompulsif	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan Variabel Independen Materialisme dan Variabel Dependennya Prilaku pembelian kompulsif.	Tempat Penelitian Berbeda
8	<i>How Family Resources Affect Materialism and Compulsive Buying: A Cross-Country Life Course Perspective</i> ISSN : Volume 31, 3: pp. 300-311 James A. Roberts (2016)	Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara materialisme dengan kompulsif bahwa materialisme cenderung menjadi kompulsif pembelanja,	Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan Variabel independen internet addiction dan variabel dependen Pembelian kompulsif.	Tempat Penelitian Berbeda

2.2 Kerangka Pemikiran

Seseorang yang memiliki kontrol diri dalam proses pembelanjaannya, apabila ia memiliki kontrol diri yang baik maka dia tidak akan terpengaruhi oleh faktor apapun dalam proses pembeliannya. Apabila seseorang memiliki kontrol diri yang rendah maka sudah pasti orang tersebut terpengaruhi oleh faktor eksternal untuk membeli produk yang ada di sekitarnya. Selain itu, sifat lainnya

yang mempengaruhi proses pembelian seorang individu adalah sifat materialisme. Materialisme adalah banyaknya barang yang dibelanjakan, dan perilaku seseorang yang melihat barang dari merek dan lebih ingin mencari gaya hidup untuk memiliki barang yang banyak, lebih mementingkan kelas sosial dan apabila dikaitkan dengan orientasi kesenangan mengumpulkan benda untuk dapat dinikmati serta dipamerkan maka hal tersebut dapat mempengaruhi seseorang memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian kompulsif yang dilakukan pembelian barang secara berulang yang menjadi kehilangan kontrol.

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini yaitu Kontrol Diri (X1), Materialisme (X2), terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif (Y).

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel

2.2.1.1 Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif.

Rini Kartika Sari, (2009:7) dalam penelitiannya terhadap mahasiswa universitas Muhamadiyah Purworejo menyatakan bahwa setiap konsumen harus memiliki kontrol diri terutama bagi yang memiliki kecenderungan untuk mencoba hal-hal baru dengan frekuensi tinggi untuk berusaha menjadi konsumen yang hati-hati dalam menentukan pilihan pembelian. Diantara trait yang diteliti adalah variabel kontrol diri, motivasi, dan materialisme.

Dalam penelitian **Prima Naomi dan Iin Mayasari (2012)** dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Siswa SMA Dalam Perilaku Pembelian Kompulsif Perspektif Psikologi”. Perspektif psikologi dalam penelitian ini menggunakan variabel kontrol diri dan 3 konsep materialisme yakni materialisme

kesuksesan, sentralitas, dan kebahagiaan. Responden terdiri dari 333 siswa SMA yang tersebar pada lebih dari 15 SMA negeri dan swasta di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan kontrol diri konsumen berpengaruh negatif pada perilaku kompulsif, nilai materialisme kesuksesan tidak mempengaruhi perilaku kompulsif, nilai materialisme-sentralitas berpengaruh pada perilaku kompulsif, nilai materialisme kebahagiaan mempengaruhi perilaku kompulsif secara positif.

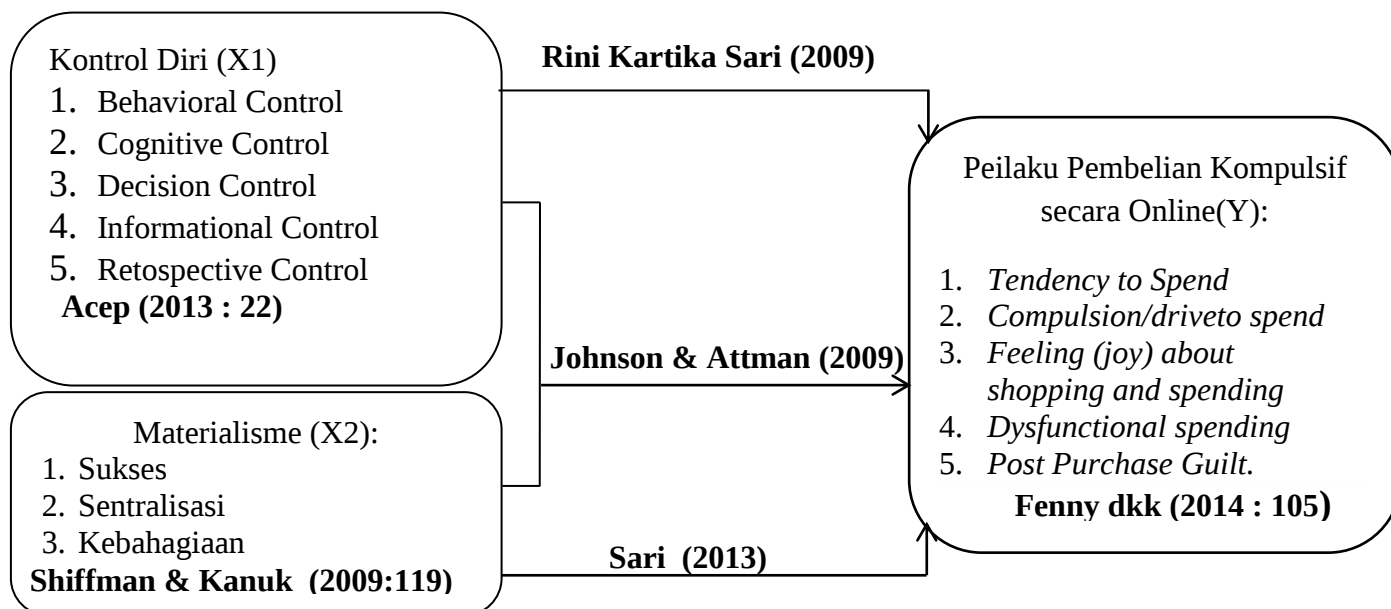
2.2.1.2 Hubungan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif

Dalam Penelitian **Sari (2013)** mengemukakan bahwa variabel materialisme berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian kompulsif hal ini disebabkan karena menghubungkan beberapa sifat seperti ketergantungan, materialisme konsumen, perfeksionisme, pengingkaran, depresi, pencarian persetujuan, pencarian kesenangan, dan kurangnya pengendalian hasrat berpengaruh terhadap pembelian kompulsif dan bahwa konsumen yang menunjukkan kegigihan dalam kegiatan berebelanja cenderung untuk terlibat dalam pembelian kompulsif. Dalam Penelitian **Retno (2014)** juga mengatakan Materialisme berpengaruh terhadap pembelian kompulsif remaja, semakin tinggi materialism maka semakin tinggi pula pembelian kompulsif. Dalam penelitian **Rahin (2018)** bahwa Materialisme sebagai interaksi sosial konsumen bertindak sebagai variabel moderat bagi konsumen yang memiliki nilai materialistis tinggi yang pada akhirnya akan mengarah pada perilaku pembelian kompulsif.

2.2.1.3 Hubungan Kontrol Diri dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif.

Pembelian kompulsif dan materialisme dalam hubungannya dengan kemampuan kontrol diri telah dikaji oleh para ahli (**Rose, 2010; Watson, 2009; Johnson & Attman, 2009**). hasil penelitian 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 sifat materialism dan 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 mampu untuk mengontrol diri mereka sendiri baik kontrol pada aspek kognitif, maupun aspek perilaku.

2.2.2 Pradigma Penelitian



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian Kontrol Diri dan Materialisme berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut **Sugiyono (2014:64)**, Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Sub Hipotesis :

- Kontrol diri berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada konsumen SOGO di PVJ Bandung.
- Materialisme berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada konsumen SOGO di PVJ Bandung.

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh dari kontrol diri dan materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen SOGO di PVJ Bandung.