BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Sejarah distro di Bandung bermula dari kreativitas kawula muda di era pertengahan 90-an. Sebuah studio musik "Reverse" yang berlokasi di Jalan Sukasenang adalah pelopor laihirnya clothing dan distro itu sendiri. Meski judulnya adalah studio musik, namun Reverse juga menjual pernak-pernik impor, seperti poster, artwork, topi, dan sebagainya.

Usahanya berkembang pesat berkat antusias kawula muda yang begitu besar. Namun, di tahun 1998, usaha Reverse mengimpor pernak-pernik mengalami hambatan serius. Krisis moneter yang terjadi saat itu tidak memungkinkan Reverse menghadirkan barang-barang impor itu lagi karena dollar melambung tinggi. Berangkat dari kondisi sulit tersebut, pendiri Reverse: Helvi, Marin, dan Dxxxt membuat gebrakan besar. Bersama-sama mereka mendirikan clothing sendiri yang diberi nama Airplane. Airplane memproduksi pernak-pernik kawula muda sebagaimana yang pernah diimpor Reverse dari luar negeri.

Hanya saja kali ini buatan lokal. Meski demikian peminat Airplane terus bertambah. Bisnis ini puan kian meroket dan menjadi cermin bagi kawula-kawula muda lainnya. Melihat kesuksesan Airplane, para kawula muda tertarik ingin

membuat bisnis yang sama. Hingga pada akhirnya lahirlah beraneka nama clothing dan distro di Bandung.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel dibawah ini;

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Pria	59	62.77
Wanita	35	37.23
Total	**94**	**100**

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Data yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden menunjukan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 62,77%, jadi dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Laki-laki. Hal ini dikarenakan konsumen laki-laki lebih sering membeli pakaian demi terlihat uptodate oleh orang lain, dan mayoritas produk yang keluar adalah baju.. Menurut Schifman dan Kanuk (2004:57) dalam Acep (2013) jenis kelamin (gender) seringkali dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam perilaku konsumen, termasuk dalam pembelian impulsif. Hal ini disebabkan oleh terdapatnya suatu perbedaan kebutuhan dan selera akan sesuatu diantara pria dan wanita.

Hansen dan Jensen (2009) dalam Suliyanto dan Siti Zulaikha (2012:47) juga menyatakan bahwa terdapat perbedaan orientasi berbelanja antara laki-laki dan perempuan. Perempuan cenderung memiliki sifat hemat di samping itu pada umumnya perempuan berpenghasilan lebih rendah dibandingkan laki-laki hal ini berakibat kepada perilaku dalam berbelanja. Selain itu konsumen perempuan lebih cenderung pergi ke *Factory Outlet* (FO) ketimbang distro.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	%
< 18 Tahun	5	5.32
18-25 Tahun	82	87.23
25- 40 Tahun	6	6.38
>40 Tahun	1	1.06
Total	**94**	**100**

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Data yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden menunjukan bahwa mayoritas responden dengan usia antara 18 - 25 tahun sebesar 87.23%. hal ini dikarenakan konsumen distro kebanyakan anak muda yang ingin terlihat tampil menarik oleh orang lain dengan membeli produk di distro – distro tersebut.

Menurut Schifman dan Kanuk (2004:57), usia seringkali dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam perilaku konsumen termasuk dalam pembelian impulsif. Hal ini disebabkan oleh terdapatnya perbedaan suatu kebutuhan, persepsi dan selera akan sesuatu diantara beberapa jenjang yang ada dalam usia.

4.3 Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil tanggapan responden dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana kondisi setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap tanggapan responden berdasarkan persentase skor tanggapan responden.

4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Kontrol Diri (X1)

Bagian ini akan diuraikan data tanggapan responden mengenai Kontrol Diri sebanyak 94 orang yang merupakan pengguna jasa distro di Jl. Sultan Agung, Skor jawaban responden diklasifikasikan berdasarkan skor aktual dan skor ideal mengunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\ \%$$

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan
b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertingi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih jawaban dengan skor tertingi.

Untuk hasil dari kuesioner untuk masing-masing indikator Kontrol diri dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.3
Tanggapan Konsumen Mengenai *Behavioral Control*

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
1.	Saya dapat mengontrol perilaku saat berbelanja	5	0	0%	0	**470**
		4	6	6,5%	24	
		3	20	21,5%	60	
		2	48	51,61%	96	
		1	19	20,4%	19	
2.	Anda dapat mengontrol diri dan berbelanja sesuai kebutuhan	5	1	1,07%	5	**470**
		4	4	4,3%	8	
		3	23	24,73%	69	
		2	51	54,83%	102	
		1	14	15,05%	14	
			186		**397**	**940**

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Mampu
4 = Mampu
3 = Cukup Mampu
2 = Kurang Mampu
1 = Tidak Mampu

Berdasarkan item pertanyaan "Saya dapat mengontrol perilaku saat berbelanja", dapat diketahui bahwa 0.0% menjawab sangat mampu, 6.5% menjawab mampu, 21.5% menjawab cukup mampu, 51.61% kurang mampu dan 20.4% tidak mampu.

Sementara pada item pertanyaan "Anda dapat mengontrol diri dan berbelanja sesuai kebutuhan" dapat diketahui bahwa 1.07% menjawab sangat mampu, 4.3% menjawab mampu, 24.73% menjawab cukup mampu, 54.83% kurang mampu dan 15.05% tidak mampu. Mayoritas jawaban responden tersebut menjawab kurang mampu mengontrol diri dalam proses belanjanya, sehingga banyak terpengaruh oleh faktor lain dalam proses belanjanya.

Salah satu bentuk dari *behavioral control* adalah kemampuan untuk mengatur pelaksanaan (*regulated administartion).* Kemampuan mengatur

pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, dirinya sendiri atau sesuatu diluar dirinya. Individu yang kemampuan mengontrol dirinya baik akan mampu mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal.

Tabel 4.4
Tanggapan Konsumen Mengenai *Cognitive Control*

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
3.	Suasana toko mempengaruhi anda dalam berbelanja di distro Bandung	5	39	42.86%	195	**470**
		4	37	40.66%	148	
		3	8	8.8%	24	
		2	4	4.4%	8	
		1	3	3.3%	3	
			91		**378**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Mampu
4 = Mampu
3 = Cukup Mampu
2 = Kurang Mampu
1 = Tidak Mampu

Berdasarkan item pertanyaan "Suasana toko mempengaruhi anda dalam berbelanja di distro Bandung", dapat diketahui bahwa 42.86% menjawab sangat mampu, 40.66% menjawab mampu, 8.8% menjawab cukup mampu, 4.4% kurang mampu dan 3.3% tidak mampu. Mayoritas jawaban responden tersebut, sebagian besar responden memilih sangat setuju jika distro di Jalan Sultan Agung memiliki suasana toko yang dapat mengundang rasa ingin membeli. Karena dimulai dari tata letak produk yang menarik sampai desain interior toko yang membuat konsumen penasaran untuk mengunjungi distro tersebut, sehingga kemampuan mengontrol stimulus konsumen cukup terpengaruh.

Menurut Averill dalam Muharsih (2006:22) salah satu bentuk *cognitive control* adalah *stimulus modified*. Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Suasana yang datang dari dalam toko merupakan salah satu stimulus yang harus dihadapai konsumen saat mengunjungi distro, maka akan telihat bahwa konsumen yang mempunyai *stimulus modified* yang rendah akan mudah terpengaruh untuk membeli produk distro tersebut.

Tabel 4.5
Tanggapan Konsumen Mengenai *Informational Control*

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
4.	Anda dapat memperkirakan konsekuensi yang anda dapatkan setelah berbelanja	5	0	0%	0	**470**
		4	0	0%	0	
		3	23	24.73%	69	
		2	56	60.21%	112	
		1	14	15.05%	14	
			93		**195**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Mampu
4 = Mampu
3 = Cukup Mampu
2 = Kurang Mampu
1 = Tidak Mampu

Berdasarkan item pertanyaan "Anda dapat memperkirakan konsekuensi yang anda dapatkan setelah berbelanja", dapat diketahui bahwa 0.0% menjawab sangat mampu, 0.0% menjawab mampu, 2.15% menjawab cukup mampu, 60.21% kurang mampu dan 15.05% tidak mampu. Mayoritas responden memilih kurang mampu memperkirakan konsekuensi yang akan didapatkan ketika setelah berbelanja. Mayoritas responden menjawab setuju pada item pertanyaan diatas bahwa mereka kurang dapat mengantisipasi diri atas segala hal yang terjadi di

disto Sultan Agung Bandung dalam proses pembelanjaannya dan mereka kurang mampu mengendalikan situasi atau keadaan.

Menurut Averill dalam Muharsih (2006:22), salah satu bentuk dari *cognitive control* adalah kemampuan memperoleh informasi (*informational control)* dan melakukan penilaian (*appraisal).* Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

Tabel 4.6
Tanggapan Konsumen Mengenai *Retospective Control*

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
5.	Anda dapat mengantisipasi diri atas segala hal yang terjadi setelah berbelanja	5	0	0%	0	**470**
		4	5	5.38%	20	
		3	20	21.5%	60	
		2	56	60.21%	112	
		1	12	12.9%	12	
			93		**204**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Mampu
4 = Mampu
3 = Cukup Mampu
2 = Kurang Mampu
1 = Tidak Mampu

Berdasarkan item pertanyaan "Anda dapat mengantisipasi diri atas segala hal yang terjadi setelah berbelanja", dapat diketahui bahwa 0.0% menjawab sangat mampu, 5.38% menjawab mampu, 21.5% menjawab cukup mampu, 60.21% kurang mampu dan 12.9% tidak mampu.

Mayoritas responden menyatakan kurang mampu dalam megantisipasi diri atas segala hal yang terjadi setelah berbelanja. Menurut Averill dalam Muharsih (2006:22) 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.

Tabel 4.7
Tanggapan Konsumen Mengenai *Decisional Control*

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
6.	Membeli produk distro atas dasar keputusan diri sendiri	5	2	2.13%	10	**470**
		4	2	2.13%	8	
		3	16	17.02%	48	
		2	50	53.19%	100	
		1	24	25.53%	24	
			94		**190**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Mampu
4 = Mampu
3 = Cukup Mampu
2 = Kurang Mampu
1 = Tidak Mampu

Berdasarkan item pertanyaan "Membeli produk distro atas dasar keputusan diri sendiri", dapat diketahui bahwa 2.13% menjawab sangat mampu, 2.13% menjawab mampu, 17.02% menjawab cukup mampu, 53.19% kurang mampu dan 25.53% tidak mampu.

Menurut Averill dalam Muharsih (2006:22) *Decisional Control* merupakan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri

dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

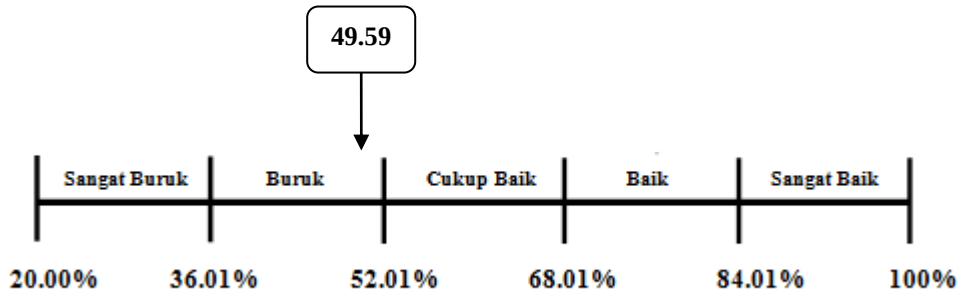
Setelah didapatkan hasil masing-masing indikator, selanjutnya akan diuraikan tanggapan responden mengenai Kontrol Diri berdasarkan indikator-indikator tersebut, sebagai berikut;

Tabel 4.8
Jumlah Skor Tanggapan Responden mengenai Variabel Kontrol Diri

No.	Indikator	Skor actual	Skor ideal	%	Kategori
1.	*Behavioral Control*	397	940	42.23	Buruk
2.	*Cognitive Control*	378	470	80.42	Baik
3.	*Decision Control*	190	470	40.42	Buruk
4.	*Informational Control*	195	470	41.49	Buruk
5.	*Retospective Control*	204	470	43.40	Buruk
		1.364	**2.820**	**49.59**	Buruk

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut:



Gambar 4.1
Garis Kontinum mengenai Variabel Kontrol Diri

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total skor dengan persentase pada variabel kontrol diri didapatkan hasil sebesar 49.59%, hasil skor tersebut berada pada kategori buruk, sementara indikator yang memiliki

persentase tertinggi adalah *Cognitive Control* sebesar 80.42% berada pada kategori baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah *Informational Control* didapatkan hasil sebesar 41.43% berada pada kategori buruk.

Hal ini menunjukan tingkat kontrol diri konsumen distro Jalan Sultan Agung kota Bandung secara umum masih kurang baik, sesuai teori dari Ghufron (2010: 21) bahwa kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya.

4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Materialisme (X2)

Bagian ini akan diuraikan data tanggapan responden mengenai Materialisme sebanyak 94 orang yang merupakan pengguna jasa distro di Jl. Sultan Agung, Skor jawaban responden akan diklasifikasikan berdasarkan skor aktual dan skor ideal mengunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\ \%$$

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan
b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertingi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih jawaban dengan skor tertingi.

Untuk hasil dari kuesioner untuk masing-masing indikator Materialisme dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.9
Tanggapan Konsumen Mengenai Sukses

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
1.	Saya mengagumi orang lain yang mempunyai rumah, mobil, dan pakaian yang mahal	5	4	4.25	20	**470**
		4	26	27.65	104	
		3	27	28.7	81	
		2	28	29.8	56	
		1	9	9.6	9	
			94		**270**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan item pertanyaan di atas, mayoritas konsumen menjawab kurang setuju, dengan persentasi sebesar 29,8 %. Ini menunjukan bahwa tingginya sifat kekaguman konsumen terhadap harta benda tidak terlalu tinggi. Sesuai dengan pernyataan Dittmar et al (1996) dalam Yurchsin dan Johnson (2004) bahwa individu yang materialistis memandang harta benda sebagai simbol-simbol yang paling tepat digunakan dalam proses simbolis penyelesaian diri.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
2.	Sebagian dari pencapaian yang paling penting di dalam hidup adalah kepemilikan materi	5	3	3.19	15	**470**
		4	30	31.91	120	
		3	24	25.53	72	
		2	25	26.60	50	
		1	12	12.76	12	
			94		**269**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa 3.19% sangat setuju, 31.91% setuju, 25.53% cukup setuju, 26.60% kurang setuju, 12.76% tidak setuju. Kebanyakan responden memilih setuju jika mereka menganggap bahwa sebagian dari pencapaian yang paling penting dalam hidup adalah kepemilikan materi.

Para peneliti dalam Shiffman dan Kanuk (2009:119) mengkategorikan materialisme sebagai *possesion-defined success,* yang didefinisikan sebagai tingkat dimana individu menilai keberhasilan mereka sendiri dan orang lain dalam jumlah kepemilikan harta mereka sendiri.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
3.	Barang - barang yang saya miliki menggambarkan seberapa baik saya dalam menjalankan hidup	5	1	1.07	5	**470**
		4	37	39.36	148	
		3	31	32.98	93	
		2	18	19.15	36	
		1	6	6.38	6	
			93		**288**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa 1.07% sangat setuju, 39.36% setuju, 32.98% cukup setuju, 19.15% kurang setuju, 6.38% tidak setuju. Kebanyakan responden memilih setuju jika mereka menganggap bahwa sebagian dari pencapaian yang paling penting dalam hidup adalah kepemilikan materi.

Dittmar et al dalam Raeni (2013:74) menyatakan bahwa untuk orang yang sangat materialis, kepemilikan dan potensi penggunaan simbol-simbol yang lebih

selalu lebih baik dari kepemilikan dan potensi penggunaan simbol-simbol yang lebih terkait dengna definisi diri. Orang yang sangat materialis mngkin tidak menyadari bahwa mereka telah memperoleh harta yang cukup untuk menghentikan upaya melambangkan diri mereka. Akibatnya individu yang materialis mungkin mengalami keadaan ketidaklegkapan yang kronis dalam hal definisi diri mereka. Semenatara Richin dan Dawson dalam Prima dan Naomi (2009:3) menyatakan bahwa salah satu trait materialisme adalah apa yang membedakan seseorang dari orang lain terkait dengan apakah materi merupakan sesuatu yang penting dan memberinya identitas ataukah hanya merupakan sesuatu yang sekunder.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
4.	Saya suka memiliki sesuatu yang dapat mengesankan orang lain	5	11	11.70	55	**470**
		4	32	34.04	128	
		3	24	22.56	72	
		2	19	20.21	38	
		1	8	8.51	8	
			94		**301**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa 11.70% sangat setuju, 34.04% setuju, 22.56% cukup setuju, 20.21% kurang setuju, 8.51% tidak setuju. Kebanyakan responden memilih setuju jika mereka menganggap bahwa mereka suka memiliki sesuatu yang mengesankan orang lain.

Dilihat dari banyaknya konsumen remaja yang berbelanja di distro Jln. Sultan Agung, mereka cenderung untuk melakukan aktualisasi diri dalam hal berpakaian. Mereka melakukan hal tersebut dengan tujuan supaya dianggap *fashionable* dan meningkatkan rasa percaya diri mereka di depan teman-temannya.

Para konsumen yang materialis menurut Shiffman dan Kanuk (2009:119) salah satu cirinya dalah egosentris dan senang mempunyai barang-barang yang dapat dipamerkan. Akan tetapi kebanyakan barang milik mereka tidak memberikan kebahagiaan yang lebih besar.

No	Pertanyaan(-)	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
5.	Saya tidak terlalu memperhatikan objek materi (barang-barang) yang dimiliki oleh orang lain	1	4	4.25	4	**470**
		2	12	12.76	24	
		3	12	12.76	36	
		4	39	41.49	156	
		5	27	28.72	135	
			94		**355**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa 28.72% sangat setuju, 41.49% setuju, 12.76% cukup setuju, 12.76% kurang setuju, 4.25% tidak setuju. Kebanyakan responden memilih setuju jika mereka sangat memperhatikan objek materi yang dimiliki oleh orang lain.

Salah satu aspek materialisme konsumen dalam berbelanja adalah tingkat perhatiannya terhadap materi yang dimiliki oleh orang lain. Semakin mereka

perhatian, maka semakin tinggi pula tingkat materialisme mereka. Dalam proses belanja di distro Jln. Sultan Agung, konsumen cenderung memperhatikan objek materi apa yang dimiliki orang lain.

Tabel 4.10
Tanggapan Konsumen Mengenai Sentralisasi

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
6.	Saya menikmati membelanjakan uang untuk barang-barang yang tidak berguna	5	13	13.97	65	**470**
		4	31	32.98	124	
		3	24	25.80	72	
		2	20	21.50	40	
		1	5	5.37	5	
			93		**306**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Pada item pertanyaan diatas dapat diketahui bahwa 13.97% menjawab sangat setuju, 32.98% menjawab setuju, 25.80% menjawab cukup setuju, 21.50% kurang setuju dan 5.37% tidak setuju. Ini menunjukan bahwa tingkat pembelanjaan konsumen pada produk distro mayoritas sudah tidak berorientasi lagi pada sisi kegunaan produk.

Salah satu aspek produk menurut Frans (2006) adalah bertujuan pada manfaat. Diantara manfaat tersebut adalah manfaat penggunaan, manfaat psikologis, dan manfaat dalam mengatasi masalah. Dalam hal ini konsumen distro sangat menikmati aktivitas belanjanya dalam rangka memberikan kesenangan diri.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
7.	Membeli barang memberikan saya banyak kesenangan	5	2	2.15	10	**470**
		4	21	22.58	84	
		3	26	27.95	78	
		2	28	30.10	56	
		1	16	17.20	16	
			93		**244**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:

5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Pada item pertanyaan diatas dapat diketahui bahwa 2.15% menjawab sangat setuju, 22.58% menjawab setuju, 27.95% menjawab cukup setuju, 30.10% kurang setuju dan 17.20% tidak setuju. Mayoritas responden menjawab kurang setuju. Ini menunjukan bahwa membeli barang yang banyak bukan menjadi salah satu indikator banyaknya barang yang dibeli bisa menambah kebahagiaan para konsumen.

Barbera dan Gurhan (1997) dalam Jefri (2013:60) menyatakan bahwa kepuasan hidup dapat diukur dengan menggunakan dua aspek yaitu *Personal Dimension* dan *General Dimension*, *Personal dimension* didefinisikan sebagai kepercayaan bahwa semakin banyak barang yang dimiliki, maka dapat meningkatkan kebahagiaan seseorang.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
8.	Saya sangat menyukai kemewahan di dalam hidup	5	7	7.45	35	**470**
		4	28	29.78	112	
		3	28	29.78	84	
		2	25	26.59	50	
		1	6	6.38	6	
			94		**287**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Pada item pertanyaan diatas dapat diketahui bahwa 7.45% menjawab sangat setuju, 29.78% menjawab setuju, 29.78% menjawab cukup setuju, 26.59% kurang setuju dan 6.38% tidak setuju. Mayoritas responden menjawab cukup setuju dan setuju dengan persentasi 29.78%. Ini menunjukan bahwa konsumen distro Jalan Sultan Agung cukup materialis dengan menempatkan kemewahan sebagai hal yang sentral dalam kehidupan mereka.

Marsha L. Richin dan Scott Dawson dalam Ni Made Windarti (2011:36) menyatakan bahwa diantara faktor yang terkait dengan persepsi seseorang yang menganggap bahwa harta benda sangatlah penting adalah perilaku yang menyukai kemewahan dalam hidup.

Tabel 4.11
Tanggapan Konsumen Mengenai Kebahagiaan

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
9.	Terkadang saya merasa sedikit terganggu jika saya tidak mampu untuk membeli barang-barang yang saya inginkan	5	13	13.83	65	**470**
		4	17	18.08	68	
		3	39	41.49	117	
		2	22	23.40	44	
		1	3	3.19	3	
			94		**297**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa responden menjawab 13.83% sangat setuju, 18.08% setuju, 41.49% cukup setuju, 23.40% kurang setuju, 3.19% tidak setuju. Mayoritas responden menjawab cukup setuju pada pertanyaan diatas. Ini menunjukan bahwa adanya persepsi konsumen yang mengalami kegelisahan apabila tidak dapat membeli barang yang diinginkan.

Diantara materialisme dan desakan untuk membeli atau memiliki sesuatu, terdapat konsumen yang secara mendalam memiliki kesediaan untuk mengorbankan uang dan waktu yang banyak untuk memiliki sesuatu. Dalam hal ini, jika konsumen tidak mampu membeli barang tersebut ia akan gelisah sesuai dengan teori Freud dan Neo Freud.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
10.	Hidup saya akan menjadi lebih baik apabila saya memiliki barang-barang tertentu yang tidak saya miliki	5	11	11.70	55	**470**
		4	24	25.53	96	
		3	31	32.98	93	
		2	25	26.60	50	
		1	3	3.19	3	
			94		**297**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa 11.70% sangat setuju, 25.53% setuju, 32.98% cukup setuju, 26.60% kurang setuju, 3.19% tidak setuju. Kebanyakan responden memilih cukup setuju jika hidup mereka akan lebih baik apabila memiliki barang-barang tertentu yang tidak saya miliki. Mayoritas responden merasa bahwa faktor kepemilikan menjadi salah satu referensi

berkembang atau tidaknya hidup mereka. Mereka merasakan apabila teman mereka mempunyai barang yang lebih bagus, mereka cenderung ingin mempunyai barang yang sama.

Menurut Belk dalam Jefri et al (2013:60) materialism dipandang sebagai kepentingan seseorang yang diletakkan pada kepemilikan barang duniawi. Kepemilikan barang diasumsikan sebagai pusat dalam kehidupan seseorang yang mungkin akan dapat menimbulkan perasaan puas dan tldak puas terhadap standar hidupnya.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
11.	Saya akan menjadi lebih bahagia apabila saya mampu untuk membeli lebih banyak barang	5	13	13.83	65	**470**
		4	30	31.91	120	
		3	24	25.53	72	
		2	19	20.21	38	
		1	8	8.51	8	
			94		**303**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa 13.83% sangat setuju, 31.91% setuju, 25.53% cukup setuju, 20.21% kurang setuju, 8.51% tidak setuju. Kebanyakan responden memilih setuju karena mereka merasa akan lebih bahagia apabila mampu membeli lebih banyak barang.

Burroughs dan Rindfleisch (2002) dalam Jefri (2013:60) mengatakan bahwa orang yang tingkat materialisnya tinggi lebih merasa tidak puas dengan standar hidupnya dibandingkan orang yang tingkat materialisnya rendah.

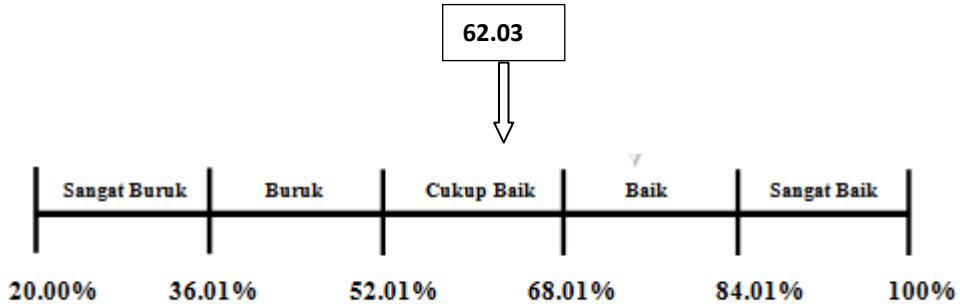
Setelah didapatkan hasil masing-masing indikator, selanjutnya akan diuraikan tanggapan responden mengenai Materialisme berdasarkan indikator-indikator tersebut, sebagai berikut;

Tabel 4.12
Jumlah Skor Tanggapan Responden mengenai Variabel Materialisme

No.	Indikator	Skor actual	Skor ideal	%	Kategori
1.	Sukses	1.483	2.350	63.11	Cukup Baik
2.	Sentralisasi	837	1.410	59.36	Cukup Baik
3.	Kebahagiaan	897	1.410	63.62	Cukup Baik
	Jumlah	**3.217**	**5.170**	**62.03**	**Cukup Baik**

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut;



Gambar 4.2
Garis Kontinum mengenai Variabel Materialisme

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total skor dengan persentase pada variabel Materialisme didapatkan hasil sebesar 62.03% berada pada kategori cukup baik, sementara indikator yang memiliki persentase tertinggi adalah kebahagiaan sebesar 63.62% berada pada kategori cukup baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah Sentralisasi didapatkan hasil sebesar 59.36% berada pada kategori cukup baik.

4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Pembelian Kompulsif (Y)

Bagian ini akan diuraikan data tanggapan responden mengenai Pembelian Kompulsif sebanyak 94 orang yang merupakan pengguna jasa distro di Jl. Sultan Agung, Skor jawaban responden akan diklasifikasikan berdasarkan skor aktual dan skor ideal mengunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\ \%$$

(Sumber: Narimawati Umi, 2010:45)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan
b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertingi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih jawaban dengan skor tertingi.

Untuk hasil dari kuesioner untuk masing-masing indikator Pembelian Kompulsif dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.13
Tanggapan Konsumen Mengenai *Tendency to Spend*

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
1.	Jika saya mempunyai uang, saya cenderung ingin membelanjakan sebagian atau semua uang yang saya miliki	5	12	12.76	60	**470**
		4	28	29.78	192	
		3	22	23.40	66	
		2	28	29.78	56	
		1	4	4.25	4	
			94		**378**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan item pertanyaan "Jika saya mempunyai uang, saya cenderung ingin membelanjakan sebagian atau semua uang yang saya miliki", dapat diketahui bahwa 12.76% menjawab sangat setuju, 29.78% menjawab setuju, 23.40% menjawab cukup setuju, 29.78% menjawab kurang setuju dan 4.25% tidak setuju.

Mayoritas dari jawaban di atas konsumen menjawab setuju dan tidak setuju sebanyak 28 orang. Namun apabila dikalkulasikan dengan jawaban sangat setuju dan tidak setuju, maka frekuensi yang lebih besar menunjukan bahwa jawaban setuju memperoleh hasil yang dominan. Hal ini disebabkan karena setelah konsumen memperoleh penghasilan pada saat tertentu, hal pertama yang diinginkan adalah membeli barang yang sudah ditargetkan. Dikarenakan stok yang disiapkan oleh distro pun biasanya terbatas maka mereka pun cenderung menghabiskan uangnya untuk membeli barang yang *limited edition* tersebut. Hal ini sesuai dengan teori Shiffman dan Kanuk dalam Raeni (2011: 128) bahwa indikator pembelian kompulsif salah satunya adalah *tendency to spend* yang artinya suatu kecenderungan kuat bagi seseorang untuk membeli sebuah barang dan menghabiskan semua uang yang dimiliki.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
2.	Saya sering melakukan pembelian yang tidak direncanakan dalam perilaku belanja saya	5	13	13.83	65	**470**
		4	38	40.42	152	
		3	30	31.91	90	
		2	11	11.70	22	
		1	2	2.13	2	
			94		**331**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:

5 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Selanjutnya pada item pertanyaan "Saya sering melakukan pembelian yang tidak direncanakan dalam perilaku belanja saya" dapat diketahui bahwa 13.83% menjawab sangat setuju, 40.42% menjawab setuju, 31.91% menjawab cukup setuju, 11.70% kurang setuju dan 2.13% tidak setuju.

Mayoritas konsumen pada pertanyaan di atas menjawab setuju. Menurut Engel dan Blackwell dalam Raeni (2013:77) bahwa *unplanned buying* adalah suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada di dalam toko.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
3.	Segera setelah masuk ke dalam distro, saya mempunyai keinginan kuat untuk masuk dan membeli sesuatu	5	6	6.38	30	**470**
		4	31	32.98	124	
		3	36	38.30	108	
		2	20	21.28	40	
		1	1	1.06	1	
			94		**303**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan item pertanyaan "Segera setelah masuk ke dalam distro, saya mempunyai keinginan kuat untuk masuk dan membeli sesuatu", dapat diketahui bahwa 6.38% menjawab sangat setuju, 32.98% menjawab setuju, 38.30% menjawab cukup setuju, 21.28% menjawab kurang setuju dan 1.06% tidak setuju.

Mayoritas jawaban konsumen di atas menjawab setuju. Mereka sering tidak dapat mengontrol diri untuk tidak membeli produk yang sebelumnya tidak terencanakan, ini dapat dipengaruhi oleh stimulus – stimulus positif yang diberikan distro Jln. Sultan Agung.

Berdasarkan Wolman dalam Rook (1987:190) sebuah hasrat tidak direncanakan secara sadar, namun muncul segera setelah berkonfrontasi dengan stimulus tertentu. Awalan dari sebuah hasrat psikologis terjadi tiba-tiba secara spontan. Pada saat terpicu, hasrat mendorong tindakan segera, desakan ini bisa sangat kuat dan terus-menerus.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
4.	Saya adalah salah satu orang yang sering menanggapi tawaran untuk membeli dari penjual	5	4	4.25	20	**470**
		4	23	24.47	92	
		3	36	38.30	108	
		2	23	24.47	46	
		1	8	8.51	8	
			94		**274**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:

5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Selanjutnya pada item pertanyaan "Saya adalah salah satu orang yang sering menanggapi tawaran untuk membeli dari penjual" dapat diketahui bahwa 4.25% menjawab sangat setuju, 24.47% menjawab setuju, 38.30% menjawab cukup setuju, 24.47% kurang setuju dan 8.51% tidak setuju.

Mayoritas jawaban konsumen di atas adalah kurang setuju. Konsumen mampu menolak tawaran apabila shop keeper sudah menunjukan barang mana

yang cocok dengan selera kita walaupun sebenarnya barang tersebut tidak benar-benar kita butuhkan. Adakalanya saat ditunjukan produk baru dengan desain yang unik, tanpa berfikir panjang langsung membeli barang tersebut. Hasil survey diatas dapat sesuai dengan teori Bellenger dan Korgaonkar dalam Hatane (2006:104) yang menyatakan bahwa pada sisi lain, di dalam situasi dimana orientasi rekreasi yang nampak, maka berbelanja bisa merupakan suatu aktivitas *leisure time* atau suatu fungsi dari motif tidak membeli, dengan alasan hanya sebagai kebutuhan interaksi sosial, hiburan atau pengalihan dari aktivitas rutin, rangsangan berhubungan dengan perasaan, dan latihan.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
5.	Saya sering membeli barang yang tidak saya butuhkan, walaupun uang saya tinggal sedikit	5	7	7.45	35	**470**
		4	9	9.57	36	
		3	28	29.79	84	
		2	34	36.17	68	
		1	16	17.02	16	
			94		**239**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Berdasarkan item pertanyaan "Saya sering membeli barang yang tidak saya butuhkan, walaupun uang saya tinggal sedikit", dapat diketahui bahwa 7.45% menjawab sangat setuju, 9.57% menjawab setuju, 29.79% menjawab cukup setuju, 36.17% kurang setuju dan 17.02% tidak setuju. Dari hasil diatas terlihat bahwa dalam keadaan uang yang tinggal sedikit, konsumen tidak memaksakan diri untuk berbelanja.

Menurut Semuel Hatane (2005:145) sebagian orang menghabiskan uang dapat mengubah suasana hati seseorang berubah secara signifikan, uang adalah sumber kekuatan. Dengan kata lain jika memiliki cukup uang ekstra untuk belanja orang dapat sedikit berbelanja secara royal saat menjumpai sesuatu yang benar-benar disukai.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
6.	Saya orangnya pemboros	5	13	13.98	65	**470**
		4	14	15.05	56	
		3	29	31.18	87	
		2	26	27.96	52	
		1	11	11.82	11	
			93		**271**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Pada item pertanyaan "Saya orangnya pemboros" dapat diketahui bahwa 13.98% menjawab sangat setuju, 15.05% menjawab setuju, 31.18% menjawab cukup setuju, 27.96% kurang setuju dan 11.82% tidak setuju. Mayoritas jawaban konsumen adalah kurang setuju.

Menurut Barry dalam Elia (2011) pembelian konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsian barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Tabel 4.14
Tanggapan Konsumen Mengenai *Reactive Aspect*

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
7.	Bagi saya, belanja adalah sebuah cara untuk menghadapai stres kehidupan sehari-hari	5	14	15.05	70	**470**
		4	22	23.66	88	
		3	19	20.43	57	
		2	21	22.58	42	
		1	17	18.28	17	
			93		**274**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Selanjutnya pada item pertanyaan "Bagi saya, belanja adalah sebuah cara untuk menghadapai stres kehidupan sehari-hari" dapat diketahui bahwa 15.05% menjawab sangat setuju, 23.66% menjawab setuju, 20.43% menjawab cukup setuju, 22.58% kurang setuju dan 18.28% tidak setuju.

Edwards (1993) dalam Yurchisin dan Johnson (2004) mengklasifikasikan pembeli kompulsif (*compulsive buyer)* sering membeli barang-barang untuk membebaskan stres atau kecemasan, sering merasa bersalah setelah pembelian dan mengalami emosi negative dan konsekuensi ekonomi dari hasil belanja mereka.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
8.	Saya kadang- kadang merasa ada dorongan yang kuat untuk berbelanja	5	9	9.57	45	**470**
		4	40	42.55	160	
		3	21	22.34	63	
		2	17	18.08	34	
		1	7	7.45	7	
			94		**309**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Item pertanyaan ” Saya kadang- kadang merasa ada dorongan yang kuat untuk berbelanja” dapat diketahui bahwa 9.57% menjawab sangat setuju, 42.55% menjawab setuju, 22.34% menjawab cukup setuju, 18.08% kurang setuju dan 7.45% tidak setuju.

Edwards (1993) dalam Yurchisin dan Johnson (2004) mengklasifikasikan pembeli kecanduan (*addictive buyer)* mengalami dorongan berkesinambungan, dorongan kuat untuk membeli item yang begitu kuat sehinga mereka sering mengabaikan kewajiban lain dan menunda atau membatalkan kegiatan lain untuk bertindak atas dorongan ini.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
9.	Ada beberapa barang yang saya beli, yang tidak saya perhatikan pada orang lain karena takut menganggap perilaku belanja saya tidak rasional	5	3	3.19	15	**470**
		4	22	23.40	88	
		3	44	46.80	132	
		2	18	19.14	36	
		1	7	7.45	7	
			94		**278**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Item pertanyaan “Ada beberapa barang yang saya beli, yang tidak saya perhatikan pada orang lain karena takut menganggap perilaku belanja saya tidak

rasional" dapat diketahui bahwa 3.19% menjawab sangat setuju, 23.40% menjawab setuju, 46.80% menjawab cukup setuju, 19.14% menjawab kurang setuju dan 7.45% menjawab tidak setuju.

Salah satu ciri yang dikemukakan oleh para ahli bahwa perilaku konsumen yang termasuk pembeli kompulsif adalah merahasiakan barang-barang pembeliannya, sebaliknya mereka tidak mempertunjukannya tetapi secara terbuka dilakukan bersama orang lain yang mempunyai minat yang sama. Mereka berdedikasi untuk menyembunyikan barang yang dibeli untuk menjaga materialismenya.

Tabel 4.15
Tanggapan Konsumen Mengenai *Postpurchase Guilt*

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
10.	Ada saat dimana saya merasa bersalah setelah melakukan pembelian, karena dirasa barang itu tidak saya perlukan	5	18	19.14	90	**470**
		4	44	46.81	176	
		3	21	22.34	63	
		2	10	10.64	20	
		1	1	1.06	1	
			94		**350**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Pada item pertanyan "Ada saat dimana saya merasa bersalah setelah melakukan pembelian, karena dirasa barang itu tidak saya perlukan" dapat diketahui bahwa 19.14% menjawab sangat setuju, 46.81% menjawab setuju, 22.34% menjawab cukup setuju, 10.64% menjawab kurang setuju dan 1.06% tidak setuju. Mayoritas jawaban responden diatas adalah setuju.

Menurut Rook (1987: 195) reaksi atau pun konsekuensi negatif yang diakibatkan dari kurang kendali terhadap hasrat dalam berbelanja. Dan membiarkan hasrat belanja memandu konsumen ke dalam masalah yang lebih besar. Misalnya rasa penyesalan yang dikaitkan dengan masalah financial, rasa kecewa dengan membeli produk berlebihan, dan hasrat berbelanja telah memanjakan rencana (non-keuangan). Maka dengan kata lain pembelian yang tidak direncanakan dapat menimbulkan perasaan negatif sebelum atau setelah melakukan pembelian diakibatkan karena adanya rasa kesal dan marah.

No	Pertanyaan	Bobot	F	%	Total Skor	Skor Ideal
11.	Kadang saya berfikir, jika saya telah melakukan sesuatu berulang-ulang, saya akan... dan merasa menyesal untuk sesuatu yang telah saya lakukan	5	14	14.89	70	**470**
		4	38	40.42	152	
		3	29	30.85	87	
		2	13	13.83	26	
		1	0	0	0	
			94		**335**	

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Ket:
5 = Sangat Setuju
4 = Setuju
3 = Cukup Setuju
2 = Kurang Setuju
1 = Tidak Setuju

Pada item pertanyaan “Kadang saya berfikir, jika saya telah melakukan sesuatu berulang-ulang, saya akan dan merasa menyesal untuk sesuatu yang telah saya lakukan” dapat diketahui bahwa 14.89% menjawab sangat setuju, 40.42% menjawab setuju, 30.85% menjawab cukup setuju, 13.83% kurang setuju dan 0.0% tidak setuju.

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Robert La Rose (2013), seorang ahli dari Michigan State University, penderita *compulsive buying* dalam jangka waktu tertentu yang ekstrim dapat mengakibatkan permasalahan finansial, terganggunya hubungan sosial dengan keluarga dan kenalan.

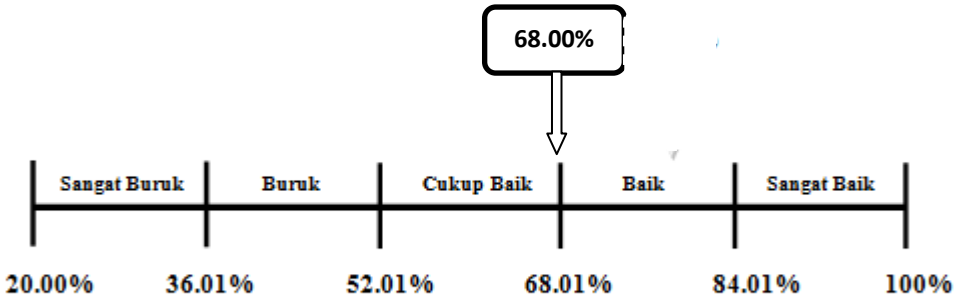
Setelah didapatkan hasil masing-masing indikator, selanjutnya akan diuraikan tanggapan responden mengenai Pembelian Kompulsif berdasarkan indikator-indikator tersebut, sebagai berikut;

Tabel 4.16
Jumlah Skor Tanggapan Responden mengenai Variabel Pembelian Kompulsif

No.	Indikator	Skor actual	Skor ideal	%	Kategori
1.	*Tendency to Spend*	1.796	2.820	63.68	Cukup Baik
2.	*Reactive Aspect*	861	1.410	61.06	Cukup Baik
3.	*Postpurchase Guilt*	685	940	79.25	Baik
		3.944	**5.170**	**68.00**	**Cukup Baik**

Sumber : Kuesioner (data diolah), 2015

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut;



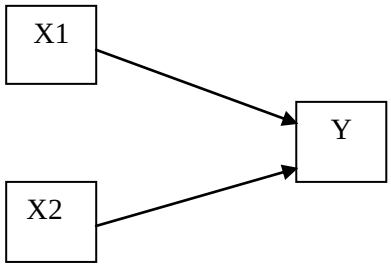
Gambar 4.3
Garis Kontinum mengenai Variabel Pembelian Kompulsif

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total skor dengan persentase pada variabel Pembelian Kompulsif didapatkan hasil sebesar 68.00% berada pada kategori cukup baik, sementara indikator yang memiliki persentase tertinggi adalah *Postpurchase Guilt* sebesar 79.25% berada pada kategori baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah *Reactive Aspect* didapatkan hasil sebesar 61.06% berada pada kategori cukup baik.

4.4 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dilakukan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah diajukan dan pada bab sebelumnya diajukan akan diuji dan dibuktikan melalui uji statistik.

Berdasarkan data yang telah terkumpul, selanjutnya akan diuji pengaruh kontrol diri dan materialisme terhadap pembelian kompulsif pada konsumen distro di Jalan Sultan Agung. Pengujian akan dilakukan melalui dua tahap, dimana pada tahap pertama akan diuji pengaruh kontrol diri terhadap pembelian kompulsif, kemudian pada tahan kedua akan diuji pengaruh materialisme terhadap pembelian kompulsif. Secara diagram bentuk hubungan antara ketiga variabel yang sedang diteliti tersebut dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4.4
Model Analisis Regresi Berganda

Keterangan
Y = Proses Pembelian Kompulsif
X_2 = Materialisme
X_1 = Kontrol Diri

4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh Kontrol Diri dan Materialisme terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif". Dalam perhitungannya, penulis menggunakan perhitungan komputerisasi yaitu dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows*

Berikut merupakan perhitungan regresi linear berganda secara komputerisasi dengan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17
Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.804	3.370		5.283	.000
	Self Control	-.318	.188	-.141	-1.696	.093
	Materialism	.581	.082	.593	7.108	.000

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai (a) konstanta sebesar 17.804 sementara untuk bX_1 sebesar -0.318 dan bX_2 sebesar 0.581, dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= 17.804 - 0.318X_1+ 0.581X_2}$$

Nilai a, $b_1$dan $b_2$dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Dari persamaan linier berganda diatas dapat dilihat besarnya konstanta adalah 17.804 artinya jika Kontrol Diri dan Materialisme bernilai 0, maka pembelian kompulsif akan tetap bernilai 17.804.

Koefesien Regresi Variabel Kontrol Diri sebesar -0.318 yang bernilai negatif yang artinya untuk setiap pertambahan Kontrol Diri sebesar satu satuan maka akan mengurangi Perilaku Pembelian Kompulsif sebesar 0.318.

Koefesien Regresi Variabel Materialisme sebesar 0.581 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Materialisme sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Perilaku Pembelian Kompulsif sebesar 0.581.

Keterkaitan kontrol diri ini sesuai dengan teori Calhoun dan Acocella (dalam Ghufron dan Risnawita, 2012:637) bahwa orang yang memiliki kontrol diri akan mempertimbangkan segala konsekuensi yang akan terjadi sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Termasuk diantara tindakannya adalah kebiasaan berbelanja. Sementara menurut Kwak et al (2004) dalam Raeni (2011:112) mengusulkan bahwa konsumen yang menunjukan kegigihan dalam kegiatan berebelanja cenderung untuk terlibat dalam pembelian kompulsif.

4.4.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE).

Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi.Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut;

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

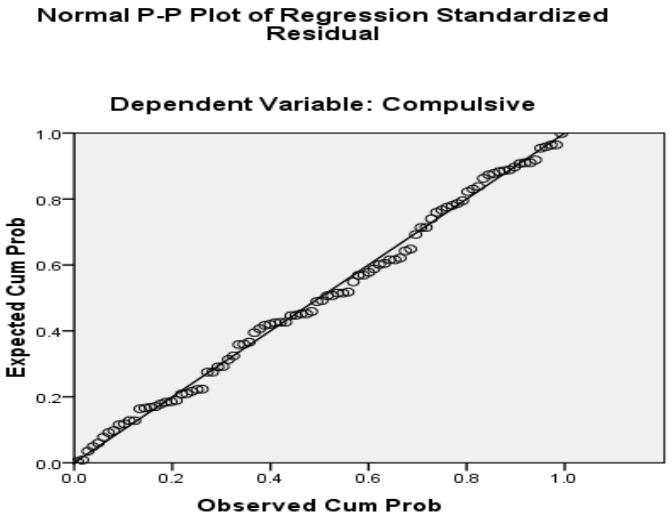
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters[a,,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.45826672
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.036
Kolmogorov-Smirnov Z		.464
Asymp. Sig. (2-tailed)		.982

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel ditas didapatkan hasil sig sebesar 0.982, hasil 0.982>0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal selanjutnya

dengan menggunakan grafik *normal probability plot* didapatkan hasil yaitu :



Gambar 4.6
Grafik Normalitas *probability plot*

Berdasarkan grafik *normal probability plot*, dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal karena data atau titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

b. Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Glejser* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual

(error) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Berikut hasil Uji Heteroskedastitas dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut;

Tabel 4.18
Uji Heteroskedastitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.525	2.045		2.702	.008
	Self Control	.044	.114	.040	.388	.699
	Materialism	-.060	.050	-.127	-1.219	.226

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk masing-masing variabel independen yaitu Variabel Kontrol Diri sebesar 0.699>0.05 dan Variabel Materialisme sebesar 0.226>0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastitas dalam model regresi ini.

4.4.3 Analisis Korelasi

pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, berikut hasil analisis korelasi dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil sebagai berikut;

a. Korelasi Secara Parsial antara Kontrol Diri dengan pembelian kompulsif

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Kontrol Diri dengan pembelian kompulsif digunakan perhitungan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil, sebagai berikut:

Tabel 4.19
Koefisien Korelasi Kontrol Diri dengan pembelian kompulsif

Correlations

		Self Control	Compulsive
Self Control	Pearson Correlation	1	-.127
	Sig. (2-tailed)		.221
	N	94	94
Compulsive	Pearson Correlation	-.127	1
	Sig. (2-tailed)	.221	
	N	94	94

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar -0.127 berdasarkan kriteria korelasi Kontrol Diri dengan pembelian kompulsif memiliki hubungan yang cukup lemah dan tanda negatif menunjukan arah yang berlawanan antara kontrol diri dengan pembelian kompulsif.

Hal ini membuktikan teori dari Hirschman (1992) dalam Naomi dan Mayangsari (2006 : 2-8) berpendapat bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang rendah, cenderung tidak mampu mengalihkan perhatian untuk memiliki produk baru.

b. Korelasi Secara Parsial antara Materialisme dengan pembelian kompulsif

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Materialisme dengan pembelian kompulsif digunakan perhitungan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil, sebagai berikut:

Tabel 4.20
Koefisien Korelasi Materialisme dengan pembelian kompulsif

Correlations

		Materialism	Compulsive
Materialism	Pearson Correlation	1	.589**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	94	94
Compulsive	Pearson Correlation	.589**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	94	94

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.589 berdasarkan kriteria korelasi Materialisme dengan pembelian kompulsif memiliki hubungan yang cukup tinggi dan tanda positif menunjukan hubungan yang searah.

Hal ini senada dengan Desarbo dan Edwards dalam Tao Sun (2003) dalam Raeni (2011:112) yang menghubungkan beberapa sifat seperti ketergantungan, materialisme konsumen, perfeksionisme, pengingkaran, depresi, pencarian persetujuan, pencarian kesenangan, dan kurangnya pengendalian hasrat berpengaruh terhadap pembelian kompulsif.

4.4.4 Analisis Koefesien Determinasi

Koefesien Determinasi digunakan untuk mengetahui peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat, Berikut adalah nilai dari koefisien determinasi hasil dari penghitungan dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil, sebagai berikut:

Tabel 4.21
Koefesien Determinasi antara Kontrol Diri dan Materialisme terhadap pembelian kompulsif

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.606[a]	.367	.354	5.518

a. Predictors: (Constant), Materialism, Self Control

b. Dependent Variable: Compulsive

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.367 atatu 36.7% hasil tersebut merupakan besarnya konstribusi dari Kontrol Diri dan Materialisme terhadap pembelian kompulsif sedangkan sisanya sebesar 63.3% merupakan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu maka dilakukan dengan cara nilai beta X zero order pada output SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.22
Koefesien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	17.804	3.370		5.283	.000			
Self Control	-.318	.188	-.141	-1.696	.093	-.127	-.175	-.141
Materialism	.581	.082	.593	7.108	.000	.589	.597	.593

a. Dependent Variable: Compulsive

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus beta x zero order:

1. Kontrol Diri (X1) = -0.141 x -0.127 = 0.017907 atau 1.79%
2. Materialisme (X2) = 0.593 x 0.589 = 0.349277 atau 34.93%

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap pembelian kompulsif adalah materialisme sebesar 34.93% sementara yang paling terkecil kontrol diri sebesar 1.79%.

Keterkaitan antara kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif telah dibuktikan oleh Acep Gunaefi (2013) bahwa pengaruhnya bersifat negatif yang berarti semakin tinggi control diri seseorang maka akan menurunkan sifat pembelian kompulsif. Sementara keterkaitan antara materialism dengan pembelian kompulsif telah dilakukan sebelumnya oleh Iin dan Prima (2006:5-8) bahwa kecenderungan pembelian kompulsif dapat dipengaruhi oleh perspektif psikologis yang dijelaskan oleh nilai materialisme dan perspektif sosialisasi yaitu pengaruh teman dan media.

4.4.5 Uji Hipotesis (Uji-T)

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Kontrol Diri dan Materialisme terhadap pembelian kompulsif secara parsial (sendiri-sendiri) maka digunakan uji-t, dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* didapatkan hasil uji-t sebagai berikut;

Tabel 4.23
Uji-T (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.804	3.370		5.283	.000
	Self Control	-.318	.188	-.141	-1.696	.093
	Materialism	.581	.082	.593	7.108	.000

a. Dependent Variable: Compulsive

Nilai tabel yang digunakan sebagai nilai kritis pada uji parsial (uji t) adalah $_{(0.05;92)}$ yaitu 1.986 yang diperoleh dari tabel t pada $\alpha = 0.05$ dan derajat bebas n-2 = 92 untuk pengujian dua pihak.

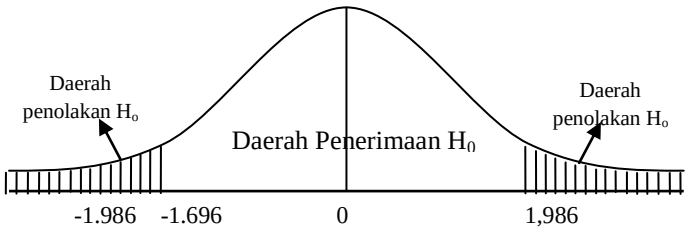
a. Pengaruh Kontrol Diri terhadap pembelian kompulsif

Dugaan sementara Kontrol Diri terhadap pembelian kompulsif, karena itu peneliti menetapkan hipotesis penelitian untuk pengujian dua pihak dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

Ho. ρ= 0, Tidak terdapat pengaruh *Kontrol diri* terhadap perilaku Pembelian Kompulsif konsumen distro di Jln. Sultan Agung Bandung.

H_1. ρ ≠ 0,Terdapat pengaruh *Kontrol diri* terhadap perilaku Pembelian Kompulsif konsumen distro di Jln. Sultan Agung Bandung.

Dari output tabel 4.23 diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Kontrol diri (X1) sebesar -1.696, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk n-2 = 92 adalah 1.986, dikarenakan $t_{hitung}<t_{tabel}$ (1.696<1.986) dan sig (0.093>0.05) maka Ho diterima dan Hi ditolak, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kontrol diri terhadap perilaku Pembelian Kompulsif konsumen distro di Jln. Sultan Agung Bandung. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.7
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t)

Berdasarkan gambar 4.7 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar -1.696 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Kontrol Diri tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian kompulsif distro di Jln. Sultan Agung Bandung.

Pengaruh diatas sesuai dengan pendapat Thompson, Locander & Pollio (dalam utami 2008:52) yang mengatakan bahwa pembeli mengalami kehilangan kontrol terhadap perilaku mereka sehingga kemudian menghasilkan pembelian impulsif yang berlebihan. Akibat dari pembelian impulsive yang berlebihan ini , diduga kuat akan terjadi pembelian kompulsif.

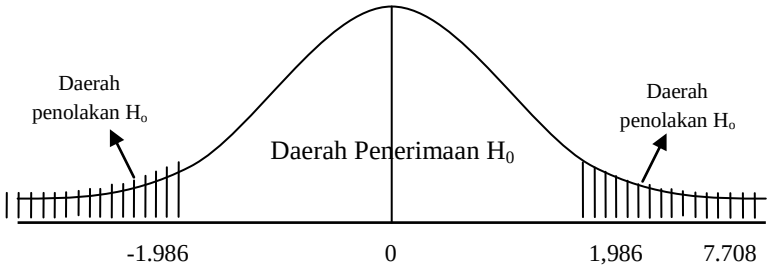
b. Pengaruh Materialisme terhadap pembelian kompulsif

Dugaan sementara Materialisme terhadap pembelian kompulsif, karena itu peneliti menetapkan hipotesis penelitian untuk pengujian dua pihak dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

Ho.ρ= 0, Tidak terdapat *Materialisme* terhadap perilaku Pembelian Kompulsif konsumen distro di Jln. Sultan Agung Bandung.

H_1. $\rho \neq 0$,Terdapat pengaruh *Materialisme* terhadap perilaku Pembelian Kompulsif konsumen distro di Jln. Sultan Agung Bandung.

Dari output tabel 4.23 diatas didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Materialisme (X2) sebesar 7.708, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk n-2 = 92 adalah 1.986, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7.708>1.986) dan sig (0.000<0.05) maka Ho ditolak dan Hi diterima sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Materialisme terhadap perilaku Pembelian Kompulsif konsumen distro di Jln. Sultan Agung Bandung. Jika disajikan dalam kurva Uji-t maka dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.8
Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t)

Berdasarkan gambar 4.8 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 7.708 berada pada daerah penolakan Ho yang menunjukkan bahwa Materialisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian kompulsif distro di Jln. Sultan Agung Bandung.

Pengaruh diatas sesuai dengan pendapat Iin Mayasari dan Prima Naomi (2006 : 5-8) yang mengatakan bahwa Kecenderungan pembelian kompulsif dapatdipengaruhi oleh perspektif psikologis yang dijelaskan oleh nilai materialisme dan perspektif sosialisasi yaitu pengaruh teman dan media.

4.5 Pembahasan

Hipotesis yang mengatakan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif terbukti kebenarannya. Hal ini berdasarkan pertanyaan yang diajukan kepada 94 orang konsumen distro yang berkunjung ke distro di Jalan Sultan Agung yang menjadi responden diperoleh hasil bahwa variabel kontrol diri tidak secara siginifikan memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif sebesar 1,79%. Adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian kompulsif akan memberikan dampak negatif

terhadap jumlah penjualan di distro tersebut, calon konsumen yang memiliki kontrol diri yang rendah akan merasa tertarik pada produk atau asesoris yang berada di dalam distro tersebut. Maka ketika calon konsumen mudah merasa tertarik dan tidak dapat mengontrol emosinya saat berbelanja, keputusan mereka untuk membeli produk distro tersebut berpeluang lebih besar dan sangat berpotensi terjadi pembelian kompulsif.

Hipotesis yang mengatakan bahwa materialisme memliki pengaruh secara terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen distro di Jalan Sultan Agung terbukti kebenarannya. Hal ini dibuktikan dengan pertanyaan yang diajukan kepada 94 orang konsumen distro yang berkunjung ke Toko Olsa yang menjadi responden diperoleh hasil bahwa variabel materialisme memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif sebesar 34,93%. Hipotesis ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya materialisme memberikan dampak bagi peilaku pembelian kompulsif. Semakin tinggi tingkat materialismenya maka perilaku konsumen akan lebih berpotensi pada perilaku pembelian kompulsif. Seperti yang diungkapkan Faber dalam Raeni (2011: 14) bahwa perilaku pembelian kompulsif mungkin hasil dari beberapa faktor biologis, psikologis, dan sosiologis. Beberapa faktor ini termasuk kekurangan serotonim neurokimia, tingkat tinggi materialisme, rendahnya harga diri, penerimaan sosial penggunaan membeli untuk memperbaiki suasana hati.

Berdasarkan pertanyaan yang diajukan kepada 94 orang konsumen distro Jalan Sultan Agung yang menjadi responden diperoleh hasil bahwa variabel kontrol diri tidak terbukti signifikan memiliki nilai sebesar 0,127, sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel kontrol diri tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Sementara variabel materialisme memiliki nilai sebesar 0,589**. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel materialisme berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif.

Dari persamaan koefisien determinasi diketahui antara variabel materialisme dan kontrol diri memberikan pengaruh sebesar 36.7 % terhadap perilaku pembelian kompulsif. Sedangkan sisa prediktor sebesar 66.3 % variabel perilaku pembelian kompulsif tidak dapat dijelaskan oleh kontrol diri adan materialisme.