

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DEPRESI
DENGAN PEMBELIAN KOMPULSIF
PADA PENGGEMAR KPOP**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun Oleh:

Siti Maya Cahyanti

(30701800127)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DEPRESI DENGAN
PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF PADA PENGGEMAR KPOP**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Siti Maya Cahyanti
30701800127

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan penguji guna
memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Inhastuti Sugjasih, S.Psi, M.Psi, Psikolog

05 Maret 2022

Semarang, 05 Maret 2022

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung

Ruseno Arjungsi, S.Psi., M.A.

NIK. 210700010

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DEPRESI
DENGAN PEMBELIAN KOMPULSIF PADA PENGGEMAR KPOP**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Siti Maya Cahyanti

Nim: 30701800127

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 11 Maret 2022

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ratna Supradewi, S.Psi, M.Si, Psikolog

2. Dra. Rohmatun, M.Si, Psikolog

3. Inhasnuti Sugiasih, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Skripsi ini telah diterima sebagai persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 06 April 2022

Mengetahui



Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si
NIP. 19630101198001001

Joko Kuncoro, S.Psi, M.Si
NIK. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Siti Maya Cahyanti dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, didalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.



Semarang, 11 Maret 2022

Yang menyatakan,



Siti Maya Cahyanti

30701800127

MOTTO

“Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan”

(Q.S Al-Isra: 26-27)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah maha mengetahui sedangkan kamu tidak.”

(Q.S Al-Baqarah: 216)

“Jangan pernah menyerah jika kamu masih ingin mencoba. Jangan biarkan penyesalan datang karena kamu selangkah lagi untuk menang.”

R.A Kartini

“It’s not always easy, but that’s life. Be strong because there are better days ahead.”

Mark Lee

“Whenever I have a hard time, I think back to why I started this and why I have endured so far until now.”

Jungwoo Kim

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan karya sederhana ini kepada :

Ibu dan Bapak yang tidak pernah berhenti menyayangi dan merawatku hingga saat ini

Adikku yang selalu menjadai penyemangat dikala semuanya terasa lelah

Almamater tercinta, Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sebagai tempat menimba ilmu serta akan selalu menjadi bagian yang tidak terlupakan karena banyaknya ilmu berharga yang telah didapat

Dosen pembimbing yang senantiasa selalu memberikan arahan dan masukan serta telah meluangkan waktunya sehingga karya ini dapat diselesaikan.

Sahabat dan teman-temanku yang senantiasa selalu menjadi saksi perjalanan hidupku, terima kasih sudah menemaniku dan menjadi temanku.

Teruntuk diriku sendiri yang telah berhasil menyelesaikan karya ini, terima kasih sudah kuat dan berjuang

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunianya sehingga penulis hingga saat ini masih dapat merasakan nikmat iman dan sehat sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Psikologi. Shalawat serta salam tak lupa kita haturkan kepada Nabi kita, Nabi Muhammad SAW kepada keluarganya, sahabatnya dan semoga kita bisa menjadi umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak hambatan dan kendala selama proses penulisan ini namun segala hal yang menghambat tersebut bisa dapat teratasi dengan baik berkat adanya dukungan, bantuan dan arahan dari semua pihak yang telah membantu baik secara materil maupun moril. Dengan segala kerendahan hati dan dari lubuk hati yang paling dalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ruseno Arjanggi, S.Psi., M.A, selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah banyak membantu penulis selama menjalankan studi di Fakultas Psikologi Unissula.
2. Ibu Inhasuti Sugiasih, S.Psi., M.Psi, selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa selalu memberikan arahan, dukungan, motivasi serta tempat penulis untuk berkeluh kesah. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Luh Putu Shanti, S.Psi., M.Psi, selaku dosen wali yang senantiasa membantu dan memberikan saran serta memperhatikan penulis selama menjalankan studi di Fakultas Psikologi.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi yang telah berjasa dalam memberikan ilmu kepada penulis semoga keberkahan selalu menyertai kalian.

5. Bapak dan Ibu Staf TU dan Perpustakaan Fakultas Psikologi Unissula, yang telah mempermudah dalam mengurus perizinan proses penelitian hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Bapak dan Ibu yang penulis sayangi dan cintai, Nuryanto dan Karmila yang tidak pernah putus dalam mendo'akan, memberi dukungan, semangat dan kasih sayang serta sabar dalam mendidiknya. Terima kasih karena tidak pernah kenal lelah dalam membimbingku hingga saat ini dan Adiku tercinta, Muhammad Akbar Baihaqi.
7. Penggemar K-Pop selaku subjek penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan berkontribusi untuk mengisi skala penelitian, tanpa kalian skripsi ini bukanlah apa-apa.
8. Melfa Yetti Fathur Rohman, Dias Eka Putri, Lusia Aliftiani, Risa Almaida, Nada Erisah, Siti Jihan Juhaeriah, Hanis Meidela, Abigail Luthfiah, Salsabila Bratandari Wicaksana, Miftahul Hassanah, Amelia Rahma Adhari, Nurul Khomariyati, Kholifatul Rosyidah, Alma Nabella S.K dan Avida Muanisatul Chabibah selaku teman terdekat yang telah menemani penulis, terima kasih karena selalu ada dan telah menjadi teman yang baik.
9. Kim Jungwoo dan seluruh member NCT, terima kasih karena selalu memberikan penyemangat kepada penulis melalui karyanya.
10. Pengurus Organisasi BSO Rohis Qolbun Salim Fakultas Psikologi periode 2019/2020 dan 2020/2021 yang telah banyak mengajarkan apa arti kekeluargaan dan persahabatan.
11. Teman-teman kelas C Angkatan 2018 yang telah menemani penulis selama mengenyam pendidikan bersama, semoga kalian sehat selalu.
12. Kakak tingkatku yang selalu memberikan bantuan dan arahan selama pengerjaan skripsi ini, Veais Nindika Pratama, Sandy Agum Gumelar, Yuni Sasfiranti dan Malisa Falasifah.
13. Kepada semua pihak yang telah ikut membantu dan berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dari hati yang paling dalam terima kasih atas segala kebaikan, do'a dan

dukungan yang selalu diberikan kepada penulis. Semoga selalu diberikan kesehatan dan balasan yang setimpal oleh Allah SWT, aamiin.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat didalam skripsi ini, maka dari itu dengan hati yang terbuka penulis meminta kritik dan saran dari berbagai pihak agar skripsi ini dapat diperbaiki. Semoga dengan banyaknya kekurangan yang ada didalam skripsi ini dapat memberikan sedikit manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang Psikologi.

Semarang, 11 Maret 2022

Siti Maya Cahyanti

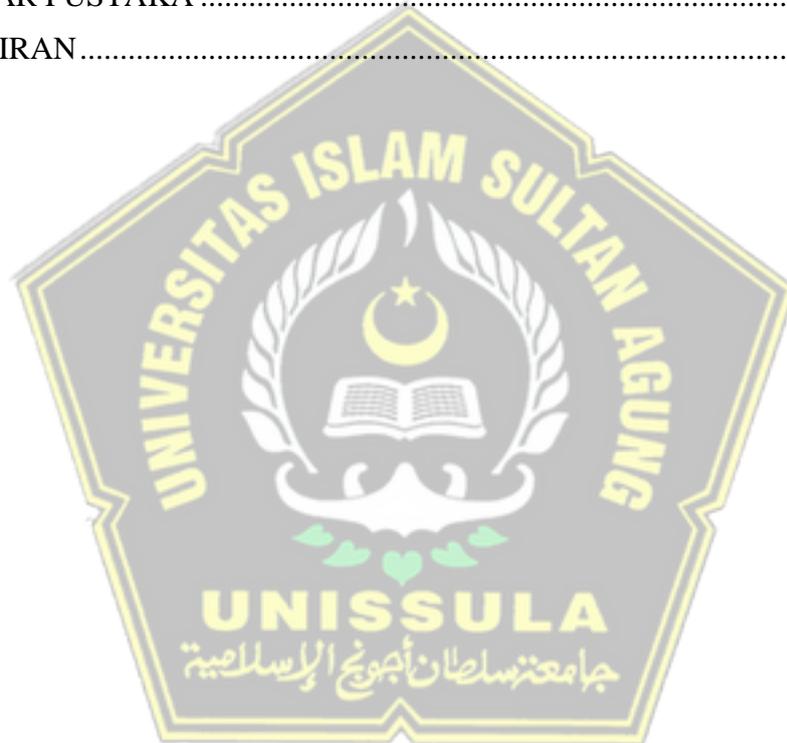


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Pembelian Kompulsif.....	9
1. Definisi Pembelian Kompulsif	9
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kompulsif	10
3. Dimensi pembelian kompulsif.....	13
B. Harga Diri.....	15
1. Definisi Harga Diri	15
2. Komponen Harga Diri	16
3. Aspek-aspek harga diri	17
4. Indikator Harga Diri	19
C. Depresi	20
1. Definisi Depresi.....	20
2. Gejala-gejala depresi	21

3. Penyebab depresi	25
D. Hubungan antara Harga diri dan Depresi dengan Perilaku Pembelian Kompulsif.....	26
E. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Identifikasi Variabel.....	28
B. Definisi Operasional.....	28
1. Pembelian kompulsif	28
2. Harga Diri.....	29
3. Depresi.....	29
C. Populasi, Sampel dan Sampling.....	29
1. Populasi	29
2. Sampel.....	30
3. <i>Sampling</i>	30
D. Metode Pengumpulan Data	30
1. Pembelian Kompulsif.....	30
2. Harga Diri.....	31
3. Depresi.....	32
E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur.....	34
1. Validitas.....	34
2. Uji Daya Beda Aitem	34
3. Reliabilitas Alat Ukur.....	34
F. Teknik Analisis	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	36
A. Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian	36
1. Orientasi Kacah Penelitian	36
2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	37
B. Pelaksanaan Penelitian	45
C. Analisis Data Hasil Penelitian.....	46
1. Uji Asumsi.....	46
2. Uji Hipotesis.....	48
D. Deskripsi Variabel Penelitian.....	49

1. Deskripsi Data Skor Pembelian Kompulsif.....	49
2. Deskripsi Data Skor Harga Diri	51
3. Deskripsi Data Skor Depresi	52
E. Pembahasan.....	53
F. Kelemahan Penelitian.....	57
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Blueprint</i> skala pembelian kompulsif	31
Tabel 2. <i>Blueprint</i> skala harga diri	32
Tabel 3. Kategori tingkat depresi	32
Tabel 4. <i>Blueprint</i> skala depresi	33
Tabel 5. Sebaran aitem skala pembelian kompulsif	39
Tabel 6. Sebaran aitem skala harga diri	40
Tabel 7. Sebaran aitem skala depresi	40
Tabel 8. Sebaran aitem skala pembelian kompulsif daya beda tinggi	42
Tabel 9. Sebaran aitem skala harga diri daya beda tinggi	43
Tabel 10. Sebaran aitem skala depresi daya beda tinggi	43
Tabel 11. Sebaran aitem penomoran ulang skala pembelian kompulsif	44
Tabel 12. Sebaran aitem penomoran ulang skala harga diri	44
Tabel 13. Sebaran aitem penomoran ulang skala depresi	44
Tabel 14. Penentuan sampel penelitian berdasarkan tabel Isaac & Michael dengan taraf signifikansi 1%, 5% dan 10%	45
Tabel 15. Sebaran data demografi subjek penelitian	46
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 17. Norma Kategorisasi Skor	49
Tabel 18. Deskripsi skor skala pembelian kompulsif	50
Tabel 19. Kategorisasi skor subjek pada skala pembelian kompulsif	50
Tabel 20. Deskripsi skor skala harga diri	51
Tabel 21. Kategorisasi skor subjek pada skala harga diri	51
Tabel 22. Deskripsi skor skala depresi	52
Tabel 23. Kategorisasi skor subjek pada skala depresi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kategorisasi subjek pada skala pembelian kompulsif.....	51
Gambar 2. Kategorisasi subjek pada skala harga diri	52
Gambar 3. Kategorisasi subjek pada skala depresi	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Skala Uji Coba.....	66
Lampiran B Tabulasi Data Skala Uji Coba.....	75
Lampiran C Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas.....	94
Lampiran D Skala Penelitian	104
Lampiran E Tabulasi Data Skala Penelitian	111
Lampiran F Analisis Data	144
Lampiran G Surat Izin dan Dokumentasi Penelitian.....	152



HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DEPRESI DENGAN PEMBELIAN KOMPULSIF PADA PENGGEMAR KPOP

Siti Maya Cahyanti
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung
Email: smayac19@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan depresi dengan perilaku pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Sampel pada penelitian ini berjumlah 285 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 3 skala. Skala pembelian kompulsif terdiri dari 15 aitem dengan reliabilitas 0,871, skala harga diri terdiri dari 9 aitem dengan reliabilitas 0,832 dan skala depresi terdiri dari 20 aitem dengan reliabilitas 0,912. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda dan korelasi parsial. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara harga diri dan depresi dengan perilaku pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop dengan $R = 0,208$ dan $F_{hitung} = 6,337$ dengan signifikansi = 0,002 ($p < 0,05$). Korelasi antara harga diri dengan pembelian kompulsif diperoleh skor $r_{x1y} = -0,005$ dengan signifikansi = 0,942 ($p > 0,05$), artinya tidak terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan pembelian kompulsif. Korelasi antara depresi dengan pembelian kompulsif diperoleh skor $r_{x2y} = 0,205$ dengan signifikansi = 0,007 ($p < 0,05$), artinya terdapat hubungan positif antara depresi dengan pembelian kompulsif pada penggemar Kpop. Untuk hipotesis pertama yaitu hubungan antara harga diri dan depresi dengan pembelian kompulsif pada penggemar kpop dan ketiga yaitu hubungan positif antara depresi dengan pembelian kompulsif pada penggemar kpop pada penelitian ini diterima sedangkan hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu hubungan negatif antara harga diri dengan pembelian kompulsif pada penggemar kpop ditolak.

Kata kunci : pembelian kompulsif, harga diri, depresi, penggemar Kpop

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND DEPRESSION
AND COMPULSIVE BUYING IN KPOP FANS**

*Siti Maya Cahyanti
Faculty of Psychology
Sultan Agung Islamic University
Email: smayac19@gmail.com*

ABSTRACT

This study aimed to determine the relationship between self-esteem and depression with compulsive buying behavior in Kpop Fans. This research used correlational quantitative method. There were a total of 285 respondents used as the sample in this study. The sampling technique used was purposive sampling. The measuring instrument used in this research was 3 scales. The compulsive buying scale consisted of 15 items with a reliability of 0.871, the self-esteem scale consisted of 9 items with a reliability of 0.832 and the depression scale consisted of 20 items with a reliability of 0.912. Analysis of the data used multiple regression analysis techniques and partial correlation. The results showed that there was a relationship between self-esteem and depression with compulsive buying behavior on Kpop Fans with $R = 0.208$ and $F_{count} = 6.337$ with significance = 0.002 ($p < 0.05$). The correlation between self-esteem and compulsive buying obtained a score of $r_{x1y} = -0.005$ with a significance = 0.942 ($p > 0.05$), meaning that there was no negative relationship between self-esteem and compulsive buying. The correlation between depression and compulsive buying obtained a score of $r_{x2y} = 0.205$ with a significance = 0.007 ($p < 0.05$), meaning that there was a positive relationship between depression and compulsive buying on Kpop fans. The first hypothesis is the relationship between self-esteem and depression with compulsive buying on kpop fans and the third is a positive relationship between depression and compulsive buying on kpop fans in this study is accepted while the second hypothesis in this study is a negative relationship between self-esteem and compulsive buying on fans kpop rejected.

Keywords: compulsive buying, self-esteem, depression, Kpop fan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan dan perkembangan teknologi semakin berkembang pesat saat ini sehingga membuat segalanya menjadi lebih mudah diakses dengan satu genggaman tangan saja. Kemudahan mengakses tersebut juga berpengaruh terhadap banyaknya budaya yang masuk dari berbagai negara, salah satunya adalah Korea Selatan. Korea Selatan sendiri terkenal dengan berbagai hal seperti drama, *film*, kosmetik, lagu dan juga grup-grup yang banyak disukai oleh masyarakat Indonesia. Budaya Korea yang masuk inilah dikenal dengan istilah gelombang korea atau *Hallyu* yang telah banyak mempengaruhi masyarakat di dunia termasuk Indonesia. *Hallyu* memiliki arti gelombang korea (*korean wave*) atau gelombang dari Korea merupakan budaya ekspor Korea Selatan yang menembus pasar China dan Negara-negara Asia Tenggara dengan kekuatan besar sejak akhir tahun 1990-an dan akhirnya pada tahun 2003 dapat menembus pasar Jepang dengan kemunculan Yon-sam dan berkat pemain dari melodrama hit Winter Sonata, aktor Bae Yong-jun (Kim & Ryoo, 2007). Karena hal tersebutlah, seiring dengan berjalannya waktu budaya Korea semakin melebar dan memasuki kancah Internasional.

Dari banyaknya produk yang dihasilkan oleh Korea Selatan, grup idola adalah yang paling banyak disukai terutama pada kalangan remaja dan orang dewasa. Grup idola Korea ini juga turut berkontribusi dalam penyebaran *Korean wave* keseluruh dunia. Dampak dari adanya grup idola tersebutlah yang akhirnya membentuk sebuah komunitas penggemar dari *Korean boy group*, *girl group* dan *band group idol* yang dikenal dengan istilah *fandom*. Dalam komunitas inilah biasanya para penggemar saling berinteraksi untuk mendapatkan informasi mengenai grup idolanya.

Biasanya para penggemar memiliki kebiasaan untuk membeli *merchandise* atau produk *official* yang dikeluarkan oleh grup idolanya. Pembelian *merchandise* ini sebagai bentuk *support* untuk mengapresiasi karya-karya dari idolanya. *Merchandise* yang dikeluarkan sangat beragam, namun yang paling umum adalah album dan *light stick*, namun masih ada *merchandise* lain yang berbeda-beda dari setiap grup. Harga dari produk *official* tersebut tidaklah murah, terlebih lagi perbedaan kurs mata uang antara Won dan Rupiah serta ongkos kirim dan pajak yang harus dibayar oleh para penggemar ketika barang tersebut sudah sampai di Indonesia.

Membeli *merchandise* yang berhubungan dengan idola kita merupakan suatu hal yang wajar, namun ketika tidak bisa mengontrol diri untuk terus melakukan pembelian sehingga tidak akan memikirkan resiko yang akan terjadi kedepannya itulah yang menjadi tidak wajar. Ketika dorongan untuk membeli tersebut terpenuhi, setelahnya akan muncul perasaan puas dari individu tersebut yang kemudian diikuti oleh perasaan bersalah terkait pembelian yang telah dilakukan. Pernyataan tersebut selaras dengan wawancara personal yang dilakukan oleh peneliti dengan TJ, 20 tahun. Dimana responden mengatakan :

“gatau sih seneng apa menyesal, karena satu sisi diri ini merasa senang dan bangga bisa beli merch, terus senang dong pasti ada koleksi baru. Tapi satu sisi juga kadang merasa menyesal kenapa ya gua beli ini? tapi kalo ditanya rasa mana yang lebih dominan untuk sekarang sih rasa senang ehehe. Nyeselnya pas barang sampe, kek “apaani ni? Cuma gini doang tapi ratusan ribu wkwkw. Merasa gak worth it untuk beberapa saat, tapi ya gak berkepanjangan nyeselnya, kek yaudah udah dibeli juga”.

Berdasarkan wawancara tersebut terlihat bahwa muncul kecenderungan untuk berbelanja dan perasaan menyesal setelah membeli. Pernyataan yang diberikan oleh responden tersebut berkorelasi dengan salah satu dimensi dari pembelian kompulsif yang dikemukakan oleh Valence, d’Astous, & Fortier (1988). *Compulsive buying* memiliki definisi dimana pembelian yang dilakukan oleh individu dilakukan secara tidak terkontrol dan pembelian yang dilakukan secara berulang. Hal ini selaras dengan

wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti kepada seorang penggemar K-Pop dimana responden mengatakan :

“bulan puasa kemaren sebenarnya nahan banget, abis nahan tabungan jadi banyak. Pas puasa dijebolin tiap hari checkout. Terhitung dari minggu kedua puasa sampe h-3 lebaran itu gaada bolongnya. Parahnya lagi sehari bisa 2-3 paket yang dateng kerumah”

“ada selama 2-3 bulan paketan itu dateng terus, kalo diliat dari history shopee belanja perbulan lebih dari 20 kali tapi ga sampe lebih dari 30 sih”

“waktu itu saking seringnya, paket hampir tiap hari dateng dan itu selama sebulan sampe kena omel. Kalo sekarang lagi nunggu paketan yang dipesen dateng ajasih”

Kegiatan pembelian suatu barang memang merupakan suatu hal wajar yang dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi keinginannya, namun pada sebagian individu ada yang mengalami hambatan untuk mengontrol kegiatan pembeliannya, seperti yang terjadi dengan para penggemar K-Pop (Kim, 2018). Pembelian tak terkendali tersebut muncul karena adanya dorongan dari ketegangan psikologis didalam diri yang ketika terpenuhi maka akan timbul perasaan lega namun setelahnya muncul perasaan frustrasi akibat sifat adiktif dari perilaku pembelian yang tidak terkendali dan ini merupakan pengertian dari pembelian kompulsif (Valence et al., 1988).

Individu yang melakukan pembelian kompulsif awalnya tidak sadar bahwa ada yang salah dengan perilaku pembeliannya, hal tersebut dikarenakan dengan melakukan pembelian dapat menghilangkan perasaan cemas dalam dirinya (O’Guinn & Faber, 1989). Telah dilaporkan bahwa pembelian kompulsif memiliki tingkat *impulsive* yang tinggi serta menunjukkan adanya gangguan obsesif kompulsif, tingkat kesejahteraan, memiliki lebih banyak tekanan psikologis dan rendahnya harga diri (Maraz et al., 2015). Berdasarkan penelitian sebelumnya ditemukan juga bahwa pembelian kompulsif memiliki tingkat yang jauh lebih tinggi dalam gejala kecemasan, depresi, obsesif-kompulsif, permusuhan dan somatisasi (Lejoyeux & Weinstein, 2010).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya ditemukan hasil bahwa individu yang melakukan pembelian kompulsif memiliki harga diri lebih rendah dibandingkan pembeli yang tidak kompulsif (Yurchisin & Johnson, 2004). Harga diri telah didefinisikan sebagai sikap positif atau negatif tentang bagaimana individu memandang dirinya sendiri (Mulyono & Rusdarti, 2020). Saat ini, belum ada teori mengenai harga diri secara keseluruhan. Dalam hal ini harga diri melibatkan komponen tambahan dan “kepuasan” menjadi kata kunci yang harus diakui (Calhoun & Morse, 1977). Telah dikonfirmasi bahwa rendahnya indikator kesejahteraan subjektif seperti harga diri sebagai faktor rentan yang berkaitan dengan pembelian (Hanley & Wilhelm, 1992). Hipotesis tersebut telah didukung oleh teori sebelumnya yang mengatakan bahwa perilaku kompulsif secara umum mungkin berasal pada harga diri yang rendah dan perasaan tidak berdaya (Krueger, 1988).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada penggemar Kpop yang sering membeli *merch* dikatakan bahwa :

“abis beli yang pertama, tentu ada rasa ingin menambah koleksi kasian kalo sendirian. Jadi, bikin deh wishlist, jadi ketagihan. Tiap liat daftar wishlist, oh ada yang belum kebeli, beli deh. Sayang uanglah pasti, kek harusnya bisa buat jalan atau makan nih kenapa gua beliin merch gini doang ya? Terus setelah itu niat nabung tapi gak buat beli merch, tapi tentu saja tidak bisa karna udah candu.”

“sebenarnya ada rasa cemburu sih sama temen-temen, mereka punya merch gitu terus jadi pengen juga. Waktu itu gua mikirnya sih harus punya deh minimal satu, masa bertahun-tahun jadi kpopers gaada merch jadilah disitu mutusin buat beli”

“jujur awalnya si ngikutin lu karna sering liat lu unboxing pc dan akhirnya penasaran beli jadi candu. Ditambah suka koleksi jadi ada kepuasan sendiri pas ngelakuin unboxing”.

Berdasarkan wawancara tersebut, ditemukan adanya rasa cemburu dan penasaran karena melihat orang lain melakukan hal tersebut, hal ini menunjukkan bahwa rendahnya penilaian individu terhadap dirinya sendiri dikarenakan tidak terpenuhi kebutuhannya sebagai seorang penggemar

yang belum mempunyai *merch* dan juga munculnya sebuah kepuasan sebagai bentuk terpenuhinya karena sudah membeli.

Dalam penjelasan mengenai pembelian kompulsif diatas telah disebutkan bahwa pembelian kompulsif berkaitan dengan banyaknya tekanan psikologis yang sedang dialami. Tekanan psikologis atau *psychological distress* merupakan salah satu hasil eskplorasi dimensi yang relevan dengan topik pembelian kompulsif. Sebagian besar penelitian berfokus pada kecemasan dan depresi serta menghasilkan hasil empiris yang sesuai (José M. Otero-López & Villardefrancos, 2014). Berdasarkan hasil penelitian dikatakan bahwa individu dengan pengalaman *compulsive buying* memiliki gejala gangguan psikologis seperti *emotional distress* atau tekanan emosi dan depresi (O'Guinn & Faber, 1989). Kecemasan dan depresi merupakan salah satu gejala penting psikologis yang muncul ketika membahas para pembeli kompulsif (Weinstein et al., 2015). Lejoyeux dan Weinstein (2010) mengatakan di dalam literatur reviewnya menemukan bahwa depresi merupakan salah satu komorbiditas yang ditemukan jika membahas mengenai pembelian kompulsif (Zhang et al., 2016). Temuan tersebut relevan dengan apa yang dikemukakan oleh Hayward dan Coles, 2009; Heshmat, 2018 dalam (Smith & Wedderburn, 2021) Individu dengan pembelian kompulsif juga telah terbukti memiliki komorbiditas dengan penyakit lain, dan depresi adalah salah satunya

Depresi adalah gangguan yang mencakup berbagai gejala seperti kesedihan terus-menerus, kehilangan minat dalam kegiatan sehari-hari, ketidakmampuan untuk merasa bahagia, perasaan tidak berharga, insomnia, perubahan mendadak dalam diet dan berat badan, perasaan rendah energi dan kegembiraan, ketidakmampuan untuk berkonsentrasi, dan memiliki pikiran tentang kematian atau bunuh diri (Machdy, 2019).

Salah satu kemungkinan penjelasan mengenai depresi adalah hipotesis terkait *self-medication* atau pengobatan diri sendiri. Hal ini memungkinkan individu yang sedang mengalami depresi melakukan pembelian secara kompulsif sebagai cara untuk melepaskan diri dari

keadaan emosional penuh tekanan yang sedang mereka rasakan. Dilaporkan bahwa ketika individu sedang mengalami depresi, hanya dengan belanja yang akan membuat mereka merasa lebih baik (Weinstein et al., 2015). Jika perilaku seperti berbelanja berhasil dalam melepaskan diri dari tekanan maka akan memperkuat diri untuk mengulangi kegiatan yang sama ketika mengalami tekanan lagi kedepannya. Pada awalnya hal ini juga memungkinkan individu untuk menetapkan batasan mengenai seberapa banyak dan seberapa sering untuk menjadikan hal ini sebagai *self-medication*. Selain sebagai suatu bentuk dari pengobatan diri, pembelian kompulsif juga dapat terjadi karena individu percaya bahwa status sosial mereka membutuhkan aitem tersebut. Sebagian pembelian yang dilakukan mewakili hadiah untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain (Black, 2001).

Menurut Hirschman (Smith & Wedderburn, 2021) mengemukakan dua tipe kepribadian yang memiliki keterkaitan dengan para pembeli kompulsif yakni salah satunya adalah tipe kepribadian *the distressed*. *The distressed personality* secara terus menerus diselimuti perasaan rendah diri dan masalah kepribadian lainnya yang menyebabkan gejala seperti depresi. Individu dengan depresi paling banyak ditemui diantara para pembeli kompulsif (Weinstein et al., 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Mulyono (2020) bahwa secara empiris harga diri memiliki efek negatif terhadap perilaku pembelian kompulsif (Mulyono & Rusdarti, 2020). Sejumlah peneliti sebelumnya telah menemukan korelasi antara pembelian kompulsif dan gejala depresi dan keduanya saling memiliki keterkaitan satu sama lain (Koh et al., 2020).

Penelitian sebelumnya yang membahas tentang *compulsive buying* sudah banyak dilakukan diantaranya “Pembelian Kompulsif pada Mahasiswa Dikaitkan dengan Harga Diri dan Jenis Kelamin” dengan hasil terdapat hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan jenis kelamin. Sedangkan, tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan terhadap tinggi rendahnya pembelian kompulsif (Putro, 2013). Kemudian

penelitian lain “Hubungan Antara *Celebrity Worship* dengan Pembelian Kompulsif pada Anggota Komunitas Wannable di Surabaya” dengan hasil terdapat hubungan positif antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada anggota komunitas Wannable di Surabaya yang memasuki usia dewasa awal (Karomah, 2018). “Hubungan Perilaku Pembelian dan Pembelian Kompulsif” dengan temuannya bahwa kecenderngan laki-laki dalam melakukan pembelian kompulsif lebih rendah jika dibandingkan perempuan (Matusin, 2007)”, “Hubungan Antara *Subjective Well-Being* dengan *Compulsive Buying Behavior* Pada Mahasiswa” dengan hasil terdapat hubungan negatif antara kedua variabel tersebut dengsn mahasiswa sebagai subjek (Shaqilla, 2020) ” dan penelitian dengan judul “Pengaruh *materialism self control* dan *celebrity worship* terhadap pembelian kompulsif pada penggemar k-pop di Jabodetabek” dengan hasil temuannya yaitu *materialism, self control dan celebrity worship* secara bersama-sama signifikan mempengaruhi pembelian kompulsif (Baraba, 2020).

Mengacu pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Rangkuti, 2015) dengan judul Hubungan Antara *Self Esteem* dengan Perilaku *Compulsive Buying* Pada Remaja Penggemar *Hallyu Wave* Anggota Aktif Bandung Korea *Community* (HANSAMO), penelitian ini juga akan mengacu pada hal yang sama, adapun yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah bagian metode pengumpulan data dan variabel bebas baru yang ditambahkan. Proses pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini akan dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada penggemar K-Pop melalui grup order, sehingga populasi dari berbagai daerah menjadi lebih luas. Variabel bebas yang ditambahkan juga merupakan faktor yang berkaitan dengan pembelian kompulsif. Alat ukur harga diri yang digunakan juga berbeda, peneliti sebelumnya menggunakan teori berdasarkan Coopersmith sedangkan peneliti menggunakan teori harga diri menurut Rosenberg.

B. Perumusan Masalah

Yang menjadi umusan masalah dari penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara harga diri dan depresi dengan perilaku pembelian kompulsif pada penggemar K-Pop.

C. Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dari dlakukannya penelitian ini adalah :

1. Apakah ada hubungan antara harga diri dan depresi dengan pembelian kompulsif pada penggemar K-pop.
2. Apakah ada hubungan antara harga diri dengan pembelian kompulsif pada penggemar K-pop.
3. Apakah ada hubungan antara depresi dengan pembelian kompulsif pada penggemar K-pop.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan mampu menambah dan menjadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai topik yang sama serta menambah pengetahuan tentang bagaimana harga diri dan tingkat depresi seorang penggemar Kpop yang melakukan pembelian kompulsif.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi orang tua maupun para penggemar K-Pop mengenai perilaku pembelian kompulsif sehingga bisa mengurangi perilaku tersebut dan dapat meningkatkan harga diri serta mampu menggambarkan apakah depresi menjadi salah satu penyebab munculnya perilaku pembelian kompulsif atau tidak, serta jika hipotesis diterima individu bisa mengurangi tekanan psikologis yang sedang dialami untuk mengalihkannya ke hal yang lebih positif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pembelian Kompulsif

1. Definisi Pembelian Kompulsif

Pembelian kompulsif merupakan suatu bentuk pembelian yang tidak dapat terkendali yang didorong akibat munculnya perasaan cemas dan menimbulkan perasaan lega dan frustrasi secara bersamaan yang berasal dari sifat adiktif yang muncul dalam perilaku pembelian tersebut (Valence et al., 1988). Pembelian kompulsif didefinisikan sebagai bentuk dari pembelian kronis yang dilakukan secara berulang dimana hal tersebut sebagai respon utama pada kejadian atau peristiwa yang negatif. Seseorang yang mengalami pembelian kompulsif merasa kesulitan dalam mengendalikan kegiatan membelinya tersebut (O'Guinn & Faber, 1989). Pembelian kompulsif adalah sarana untuk mengelola suasana hati mereka (Dittmar et al., 2007). Individu yang sulit mengontrol perilaku pembelian yang berulang ini secara tidak langsung menunjukkan adanya perasaan negatif yang sedang dirasakan, sehingga untuk menyalurkan emosi tersebut beberapa individu memilih untuk melakukan tindakan membeli suatu barang namun dengan cara yang salah. Pembelian kompulsif juga dianggap sebagai bagian dari kategori perilaku konsumsi kompulsif yang lebih besar (O'Guinn & Faber, 1989).

Definisi lain mengatakan bahwa pembelian kompulsif adalah bentuk dari perilaku pembelian yang sulit untuk dikontrol dan merupakan sebuah respon atas perasaan negatif yang dirasakan (Kwak et al., 2003). Definisi tersebut juga selaras dengan definisi yang dikemukakan oleh Utami (2010) yang mengatakan bahwa pembelian kompulsif sebagai bentuk dari pembelian yang *repetitive* dan kronis yang terjadi akibat adanya perasaan negatif yang muncul (Putri, 2019). Pernyataan yang dikemukakan oleh Park & Burn (2005) mengatakan

bahwa “sebagian diantara mereka yang melakukan pembelian kompulsif telah menunjukkan perilaku yang ekstrem dalam berbelanja atau dalam hal ini disebut dengan pembelian kompulsif”.

Berdasarkan beberapa definisi dapat ditarik 3 kata kunci yaitu pembelian kompulsif merupakan tindakan berulang, sulit mengendalikan, muncul perasaan lega dan frustrasi dalam waktu yang bersamaan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kompulsif

DeSarbo & Edwards (1996) mengelompokkan faktor-faktor dari pembelian kompulsif kedalam 2 kelompok yaitu faktor predisposisional dan faktor *circumtanse*.

a. Faktor predisposisional, meliputi :

1) Kecemasan

Kecemasan merupakan salah satu *symptom* yang bereaksi terhadap perilaku pembelian kompulsif. Para *compulsive buyer* yang bereaksi terhadap *stress* dilaporkan bahwa tingkat kecemasan yang dirasakan lebih tinggi dibandingkan mereka yang *non compulsive buyer*.

2) Perfeksionis

Merupakan salah satu bentuk karakteristik yang ada pada sebagian individu yang memiliki kecenderungan adiktif terhadap suatu hal. Ketika memiliki harapan yang tidak tercapai dan tidak realistis cenderung memunculkan kecemasan, depresi, serta harga diri rendah. Untuk menghilangkan perasaan tersebut, individu yang mengalami hal tersebut akan melakukan suatu kegiatan yang bersifat adiktif namun merugikan untuk menghilangkan perasaan kecewa akibat tidak tepenuhnya harapan tersebut.

3) *Self esteem*

Rendahnya harga diri juga menjadi salah satu karakteristik kepribadian dari individu yang melakukan pembelian kompulsif.

Kegiatan pembelian kompulsif yang dilakukan oleh individu sebagai media untuk mencari harga diri, kepercayaan diri dan memenuhi kepuasan melalui aktifitas berbelanja. Pada akhirnya individu akan merasa bersalah dikarenakan tidak dapat mengontrol perilaku pembeliannya.

4) Impulsivitas

Ketika individu tidak dapat mengontrol *impuls* di dalam dirinya maka akan mengakibatkan individu tidak dapat menolak keinginannya saat *impuls* untuk membeli tersebut muncul sehingga yang terjadi adalah tidak terkontrolnya perilaku pembelian tersebut

5) *Dependence*

Individu yang tidak dapat berpegang teguh pada dirinya sendiri atau cenderung terikat dengan orang lain berpotensi memiliki kecenderungan untuk berperilaku kompulsif.

6) *Approval seeking*

Compulsive buyer memiliki tendensi menginginkan pujian dari orang sekitar sehingga membuat dirinya menjadi lebih bahagia. Ketika hal tersebut sudah menjadi sebuah kebutuhan maka akan menimbulkan kecenderungan untuk berperilaku pembelian kompulsif.

7) Depresi

Merupakan *distress psychology* yang mengakibatkan perasaan tidak nyaman. Dengan melakukan pembelian kompulsif yang dilakukan oleh para *compulsive buyer*, hal tersebut dapat menghilangkan perasaan negatif yang mereka rasakan.

b. *Circumstance* faktor

1) *Avoidance coping*

Penghindaran koping adalah kecenderungan umum yang digunakan sebagai metode koping menggunakan cara-cara

tertentu. Dengan kata lain pembelian kompulsif adalah salah satu cara seseorang dalam mengendalikan *stress* yang dirasakannya.

2) *Denial*

Individu yang berada didalam siklus kecanduan, umumnya menunjukkan perilaku penolakan. Bagi para *compulsive buyer*, penolakan umumnya berkaitan dengan upaya untuk menghindari kecemasan, kemarahan, kesedihan atau perasaan negatif yang tidak berkaitan dengan belanja.

3) *Isolation*

Ada dugaan bahwa individu yang melakukan pembelian kompulsif merupakan sebuah jalan keluar bagi individu yang secara sosial mereka terisolasi. Sehingga interaksi yang dilakukan dengan orang lain merupakan sebuah kebutuhan yang harus mereka penuhi dan menghabiskan waktu mereka di toko untuk mendapat perhatian dari penjaga toko dan akan merasakan perasaan yang terhubung melalui pengeluaran tersebut.

4) *Materialism*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh O'Guinn & Faber (1984) didapatkan hasil bahwa *compulsive buyers* menunjukan sikap materialisme lebih tinggi dibandingkan individu yang tidak melakukan pembelian kompulsif. Yang menjadi fokus individu adalah bukan kepemilikan atas barang apa yang telah dibeli, namun proses dari pembelian itu sendiri.

Edwards (1993) juga mengemukakan beberapa faktor mengenai perilaku pembelian kompulsif diantaranya :

a. Kecenderungan untuk mengeluarkan uang

Dalam hal ini individu sudah tidak memikirkan berapa pengeluaran yang sudah dikeluarkan kemudian tanpa pikir panjang langsung membeli barang kesukaannya dan mengabaikan segala konsekuensinya.

b. Dorongan dalam mengeluarkan uang

Dapat diidentifikasi dengan munculnya motivasi atau dorongan dalam diri untuk menghabiskan uang saat berbelanja.

c. Perasaan saat berbelanja

Sejauh mana individu menikmati kegiatan belanjanya dan menghabiskan uangnya. Dalam hal ini adalah perasaan apa yang muncul ketika mengeluarkan uang saat berbelanja.

d. Pengeluaran yang tidak terlalu penting

Individu cenderung mengeluarkan uang yang mana tidak sesuai dengan kebutuhannya saat itu. Tujuannya adalah kembali pada individu tersebut untuk menyenangkan dirinya sendiri.

e. Perasaan menyesal setelah belanja

Munculnya perasaan menyesal ketika selesai belanja dalam jumlah yang berlebihan kemudian ditandai dengan suasana hati yang buruk serta mengungkapkan perasaan yang dirasakannya berupa kalimat ataupun tindakan.

Sehingga jika disimpulkan, ada dua faktor yang mempengaruhi pembelian kompulsif diantaranya faktor predisposisional dan faktor *circumstance*. Harga diri dan depresi merupakan salah satu dari faktor predisposisional yang mempengaruhi terjadinya pembelian kompulsif. Faktor lain yang ikut mempengaruhi pembelian kompulsif diantaranya perfeksionis, *denial*, *isolation*, *materialism*, impulsivitas, *approval seeking*, *dependence* dan kecemasan.

3. Dimensi pembelian kompulsif

Valence, d'Astous, & Fortier (1988) telah mengembangkan konsep dari studi penelitian sebelumnya kemudian merumuskan tiga dimensi terkait dengan pembelian kompulsif, yaitu :

a. *Tendency to Spend* (Kecenderungan untuk berbelanja)

Yaitu suatu kondisi dimana pembeli kompulsif menunjukkan kecenderungan lebih tinggi dalam membeli sesuatu jika dibandingkan dengan pembeli non-kompulsif

b. *Reactive aspect* (Aspek reaktif)

Adanya respon yang kuat untuk memiliki dalam diri individu terkait dengan keinginan dalam membeli. Maka dari itu, individu menunjukkan perilaku kompulsifnya. Para pelaku pembeli kompulsif akan selalu merasa bahwa ia memiliki motivasi dan dorongan untuk membeli namun hal tersebut adalah sesuatu yang tidak bisa ia kendalikan. Berbeda dengan pembeli non-kompulsif yang merasa bahwa mereka sama sekali tidak merasakan motivasi dan dorongan tersebut.

c. *Post-purchase guilt* (Perasaan menyesal setelah membeli)

Timbulnya suatu perasaan menyesal setelah keinginan membelinya terpenuhi. Para peneliti sebelumnya mengungkapkan bahwa individu yang berperilaku dalam pembelian kompulsif merasa menyesal setelah berbelanja.

Untuk melihat perbedaan antara pembeli kompulsif dan non pembeli kompulsif, O'Guinn dan Faber (1992) telah mengemukakan lima karakteristik dari individu yang melakukan pembelian kompulsif, diantaranya :

- a. Ketidakmampuan dalam mengontrol dorongan yang muncul
- b. Perasaan stress yang timbul akibat pikirannya terhadap pandangan orang lain mengenai perilakunya.
- c. Muncul ketegangan ketika dorongan belanja tidak terealisasikan.
- d. Ada perasaan senang dan bahagia saat sedang melakukan pembelian.
- e. Penggunaan uang atau kartu kredit yang tidak masuk akal.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga dimensi dari pembelian kompulsif yaitu bagaimana kecenderngan individu dalam berbelanja, perasaan saat membeli dan perasaan setelah membeli. Adapun yang membedakan individu yang kompulsif dengan non terletak pada tidak tekontrolnya dorongan yang muncul.

B. Harga Diri

1. Definisi Harga Diri

Harga diri didefinisikan sebagai cara untuk melihat perbandingan antara konsep diri ideal yang diinginkan terhadap konsep diri yang sesungguhnya (Santrock, 2015). Hal ini juga selaras dengan apa yang diungkapkan oleh Coopersmith (Hidayat & Bashori, 2016) bahwa harga diri adalah hasil dari penilaian individu mengenai dirinya sendiri yang terekspresikan melalui sikap terhadap diri sendiri. Harga diri merupakan bagian dari melihat diri sendiri sebagai individu yang berharga dalam sebuah kultural yang bermakna. Untuk mendapatkan rasa dari nilai ini maka seseorang haruslah dapat menerima standar nilai sebagai sesuatu yang valid serta memandang orang tersebut sebagai individu yang telah memenuhi standar tersebut (Solomon et al., 1991). Menurut Baron dan Branscombe (2012) harga diri ialah sebuah penilaian mengenai diri yang dibentuk oleh individu itu sendiri sebagai sebuah sikap dalam memandang diri sendiri dalam hal positif dan negatif.

Penjelasan mengenai harga diri tersebut dapat disederhanakan sebagai pendapat mengenai dirinya sendiri atau penilaian individu untuk dirinya. Myers (2012) menjelaskan mengenai harga diri yang merupakan penilaian personal individu terhadap dirinya dengan melihat apakah perilaku dalam dirinya telah sesuai dengan standar ideal mengenai diri dan bagaimana seseorang mengevaluasi dirinya. Harga diri merupakan perasaan berharga yang dapat dilihat melalui bagaimana individu menerima atau menolak dirinya sehingga hal tersebut dapat mengukur sejauh apa individu telah memberikan penilaian terhadap dirinya, apakah dirinya dinilai secara negatif atau positif (Shanda et al., 2012). Penerimaan berarti individu menilai diri secara positif artinya percaya dengan kemampuan diri dan merasa berharga. Sebaliknya penolakan diri artinya individu menilai dirinya secara negatif yaitu merasa rendah diri, tidak berharga dan tidak percaya dengan

kemampuan yang dimilikinya. Rosenberg (Ningrum, 2012) menyatakan bahwa harga diri terdiri dari komponen afektif, kognitif serta evaluatif dan ketiganya tidak hanya berada dalam lingkup personal saja tetapi berkaitan dengan kondisi psikologis dan interaksi dengan lingkungan luar.

Menurut Maslow (1942) kebutuhan akan puasnya individu terhadap dirinya akan membentuk perasaan mampu, percaya diri, berguna dan berharga. Mereka juga merasa puas terhadap segala pencapaian yang terjadi dalam hidupnya, sebaliknya jika kebutuhan harga diri tidak dapat terpenuhi maka akan memunculkan perasaan inferior seperti akan memandang dirinya tidak berharga, dipenuhi perasaan khawatir dan cemas karena memandang dirinya melalui sisi yang negatif dan belum bisa menilai diri sendiri.

Melalui definisi yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan bahwa harga diri memiliki kata kunci yang sama yakni penilaian terhadap diri sendiri. Penilaian ini merupakan penilaian secara keseluruhan terhadap dirinya, baik dilihat secara positif maupun negatif serta apakah individu dapat menerima atau menolak kondisi dirinya saat ini berdasarkan penilaian yang telah dilakukan tersebut.

2. Komponen Harga Diri

Menurut Felker (Ermanza, 2008) harga diri terdiri atas beberapa komponen yaitu :

- a. Perasaan memiliki, suatu perasaan dimana individu merasa menjadi bagian dari sebuah kelompok dan diterima sebagai anggota dari suatu kelompok tersebut. Ketika individu merasa telah diterima menjadi bagian suatu kelompok saat itulah ia memandang dirinya secara positif. Sebaliknya, individu akan memandang dirinya secara negatif ketika ia ditolak oleh kelompok tersebut.
- b. Perasaan bersaing adalah perasaan ketika seorang individu mampu melakukan sesuatu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Ketika hasil tersebut tercapai maka secara naluriah, individu akan

memandang positif dirinya. Selanjutnya, individu merasa percaya terhadap pikiran, perasaan dan tingkah laku yang berkaitan dengan kehidupan dirinya.

- c. Perasaan berharga, yakni ketika individu menganggap dirinya berharga maka akan muncul penilaian yang positif terhadap dirinya sendiri serta memiliki *self respect*.

Rosenberg (1995) juga mengemukakan komponen harga diri yaitu, *self confidence* (kepercayaan diri) dan *self deprecation* (merendahkan diri). dua sikap ini didasarkan pada model pengukuran struktural yang dikemukakan oleh Kohn dan Schooler (1983) mengenai konsep harga diri. Terdapat empat indikator mengenai kepercayaan diri yang didasarkan pada empat pernyataan berikut : “saya adalah orang yang berharga”, saya merasa bahwa saya memiliki kualitas diri yang baik, saya mampu melakukan banyak hal sebanyak yang orang lain lakukan, saya mengambil sikap positif yang ada didalam diri saya. untuk indikator mengenai merendahkan diri didasarkan pada dua pernyataan berikut : terkadang saya berfikir bahwa saya tidak baik sama sekali, saya merasa bahwa hidup saya tidak terlalu berguna (Rosenberg et al., 1995).

3. Aspek-aspek harga diri

Coopersmith (1976) mengemukakan empat aspek mengenai harga diri diantaranya :

- a. *Power*, pada aspek *power* atau kekuatan adalah aspek dimana individu mampu secara penuh untuk mengontrol dirinya sendiri serta, mengontrol dan mempengaruhi orang lain. Artinya ketika individu memiliki pengendalian diri yang baik maka secara positif ikut berpengaruh terhadap harga dirinya dan tidak mudah terpengaruh oleh rangsangan negatif baik didalam maupun diluar dirinya.
- b. *Significance*, pada aspek *significance* atau keberartian adalah aspek yang menunjukkan adanya penerimaan diri yang individu terima dari lingkungannya. Hal ini dapat berupa perhatian, kepedulian dan

bentuk cinta yang individu terima dari lingkungan sekitar. Bentuk penerimaan diri yang dirasakan individu berupa kehangatan, bagaimana lingkungan menunjukkan ketertarikan pada individu dan menerima individu apa adanya. Sehingga ketika individu merasa dirinya diterima menjadi sebuah bagian dalam kelompok maka secara positif akan berpengaruh terhadap harga dirinya.

- c. *Competence*, atau aspek kompetensi adalah kemampuan tiap individu untuk mendapatkan prestasi yang tinggi serta dapat menunjukkan diri dengan kemampuan yang dimilikinya. Dalam aspek ini ketika individu mampu untuk menunjukkan kemampuan terbaiknya atau berhasil mencapai tujuannya maka secara positif berpengaruh terhadap harga diri. Begitupun ketika individu menemukan masalah kemudian mampu untuk menyelesaikannya dalam hal ini terjadi peningkatan harga diri dalam diri individu.
- d. *Virtue*, atau kebajikan adalah sejauh mana individu dapat taat pada aturan yang berlaku didalam lingkungan masyarakat yang termasuk didalamnya mencakup agama, etika dan moral. Ketika individu dapat taat terhadap aturan maka hal ini dapat berpengaruh pada penerimaan diri yang baik sehingga hal tersebut ikut mempengaruhi harga diri yang tinggi.

Rosenberg (Ghaisani, 2016) juga mengungkapkan aspek-aspek dari harga diri, diantaranya :

- a. Harga diri mengenai fisik, khususnya aspek-aspek yang berkaitan dengan kondisi fisik yang dimiliki seseorang serta cara individu menerima keadaannya dan apakah merasa puas atau ingin mengubah salah satu bentuknya karena merasa tidak puas.
- b. Harga diri sosial, adalah aspek yang berkaitan dengan bagaimana individu memiliki hubungan sosial dengan orang lain. Apakah individu membatasi dirinya untuk berinteraksi dengan orang lain atau dapat membuka lebar dirinya kepada orang lain. Dalam hal ini

komunikasi merupakan kemampuan penting individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

- c. Kinerja harga diri, aspek ini berkaitan dengan bagaimana kinerja individu yang berkaitan dengan kemampuan individu dalam berprestasi. Apakah individu percaya dengan kemampuan dirinya atau justru memandang rendah kemampuan yang dimilikinya.

Harga diri terdiri dari aspek berupa kekuatan, keberartian, kemampuan dan kebajikan sehingga harga diri tidak hanya sebatas perasaan yang tidak terlihat. Pandangan individu mengenai kondisi fisik, hubungan dengan orang lain dan pencapaian yang dimiliki juga merupakan aspek dari harga diri.

4. Indikator Harga Diri

Menurut Lestari dan Damar (2012), terdapat dua indikator dari harga diri yaitu :

- a. *Self respect*, merupakan penghargaan yang dilakukan oleh individu untuk dirinya sendiri hal ini mencakup dengan nilai-nilai yang ingin dimiliki oleh individu.
- b. *Respect from others*, adalah harapan atau keinginan untuk mendapat pengakuan dari orang lain.

Rosenberg (Flynn, 2003) dalam teori nya mengungkapkan faktor-faktor dari harga diri diantaranya :

- a. *Reflected apprcial*, atau pujian yang individu dapatkan dari orang lain. Pada faktor ini dijelaskan bahwa perasaan individu dipengaruhi kuat oleh bagaimana pemikiran orang lain terhadap dirinya sendiri sehingga harga diri merupakan bagian dari interaksi sosial.
- b. *Social comparison*, atau perbandingan sosial adalah jika tidak menemukan penilaian mengenai diri dari orang lain, maka individu akan cenderung menilai diri mereka melalui perbandingan orang lain.

Pujian dan pengakuan yang diberikan orang lain, penghargaan dari diri sendiri dan bagaimana seorang individu

menilai diri mereka sendiri dengan melakukan perbandingan dengan orang lain sangat berpengaruh terhadap perasaan yang dirasakan oleh individu.

C. Depresi

1. Definisi Depresi

Depresi merupakan gangguan mood yang ditandai dengan sikap apatis, depresi, sedih, kehilangan minat dan semangat hidup, memiliki perasaan bersalah berkepanjangan dan merasa dirinya tidak berguna (Iyus Yosep, 2007). Depresi sering kali terjadi akibat dari *stress* yang tidak terkendali sehingga mengakibatkan memburuknya keadaan emosional seseorang. Depresi adalah gangguan psikologis yang ditandai dengan adanya penyimpangan kognitif, emosional dan perilaku individu. Kesedihan, perubahan suasana hati, kesepian, citra diri rendah dan penarikan diri dari lingkungan merupakan perasaan yang dirasakan oleh individu yang mengalami depresi (Beck & Alford, 2013). Definisi lain yang dikemukakan oleh Atkinson (1991) merupakan suatu gangguan perasaan ditandai dengan hilangnya harapan dan putus asa, muncul hendra yang berlebihan, kesulitan mengambil keputusan, sulit berkonsentrasi, hilangnya semangat hidup dan memiliki pemikiran untuk bunuh diri. Depresi adalah gangguan yang melibatkan perasaan ditandai dengan hilangnya gairah atau perasaan gembira dan diikuti oleh gejala-gejala lain seperti menurunnya selera makan atau munculnya gangguan tidur (Lubis, 2009).

Mengacu pada DSM V depresi dapat ditegakkan apabila terdapat perubahan yang melibatkan aspek kognisi, fungsi *neurovegetative* dan remisi antara episode. Perubahan berat badan, pola tidur yang berubah, aktivitas psikomotorik terganggu, perasaan tidak berguna dan bersalah, kesulitan berfikir, berkonsentrasi, membuat keputusan, munculnya pemikiran atau ide berulang untuk melakukan bunuh diri atau rencana bunuh diri. gejala tersebut setidaknya harus dirasakan selama 2 minggu dan konsisten dirasakan setiap hari.

Dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa depresi merupakan penurunan mood yang muncul dengan perasaan sedih berkepanjangan, perasaan bersalah serta tidak berguna, ada aktivitas fisik dan kognitif yang terganggu serta munculnya ide untuk melakukan bunuh diri.

2. Gejala-gejala depresi

Gejala-gejala merupakan kumpulan dari simtom-simtom yang muncul baik dari perasaan maupun perilaku spesifik. Adapun gejala-gejala depresi yang dikemukakan oleh Lubis (2009) diantaranya :

a. Gejala Fisik

- 1) Terganggunya ritme pola tidur, individu menjadi insomnia atau *hypersomnia*.
- 2) Aktivitas yang menurun, secara umum individu yang mengalami depresi akan menunjukkan perilaku yang pasif sehingga aktivitas yang biasa dilakukan akan menghilang dan lebih menyukai kegiatan tanpa melibatkan orang lain.
- 3) Menurunnya efisiensi kerja, individu menjadi sulit untuk fokus pada pekerjaan atau pikirannya sendiri sehingga akan sulit untuk memfokuskan energi pada hal yang bersifat prioritas. Individu dengan gejala depresi cenderung melakukan kegiatan yang tidak berguna seperti melamun, ngemil dan sistematika bekerjanya menjadi lamban.
- 4) Tingkat produktivitas menurun, akibat hilangnya sebagian atau seluruh motivasi dalam bekerja sehingga akan merasakan kehilangan kepuasan dari apa yang telah dilakukan karena individu sudah kehilangan minat terhadap aktivitas sehari-hari yang biasa dilakukannya.
- 5) Mudah merasa lelah, depresi merupakan perasaan negatif yang ketika individu menyimpan emosi negatif dalam dirinya akan menyebabkan kelelahan karena menambah beban pikiran dan perasaan.

b. Gejala Psikis

- 1) Hilangnya kepercayaan diri, karena individu yang mengalami depresi akan melihat sekitar melalui perspektif negatif sehingga berpengaruh terhadap bagaimana ia melihat dirinya sendiri sehingga akan membuat dirinya membandingkan dirinya dengan orang lain.
- 2) Sensitif, ketika sedang mengalami depresi individu akan mengaitkan segala sesuatu dengan dirinya sehingga akan menjadi mudah tersinggung, perasa, curiga, mudah marah hingga menimbulkan kesalahpahaman dengan orang lain, menjadi murung, mudah sedih dan lebih menyukai sendirian.
- 3) Perasaan tidak berguna, akibatnya perasaan ini muncul karena kegagalan yang pernah mereka rasakan terutama di bidang yang dikuasai. Merasa bahwa dirinya tidak merasa cukup baik dan berakhir dengan membandingkan dirinya dengan keberhasilan orang lain.
- 4) Perasaan bersalah, ia merasa bahwa segala sesuatu yang terjadi dalam dirinya adalah akibat yang ia timbulkan sehingga perasaan ini muncul sebagai hukuman sebagaimana ia harus dihukum atas apa yang telah terjadi.
- 5) Perasaan terbebani, merasa bahwa beban yang saat ini sedang dipikulnya merupakan tanggung jawab yang sangat berat.

c. Gejala Sosial

Lingkungan tempat kita tinggal sangat berpengaruh terhadap kehidupan kita sehari-hari. Tidak heran jika depresi berasal dari diri sendiri yang nantinya akan ikut mempengaruhi kinerja kita di lingkungan. Lingkungan akan bereaksi terhadap perilaku individu yang sedang mengalami depresi dan umumnya adalah perilaku yang negatif sehingga terjadi problem sosial seperti adanya masalah interaksi dengan atasan atau bawahan dan rekan kerja. Perasaan lain yang dirasakan seperti cemas, minder dan malu jika berada disebuah

kelompok besar akhirnya menimbulkan perasaan tidak nyaman dalam berkomunikasi.

Beck (Lubis, 2009) mengkategorikan simtom depresi menjadi 4 bagian, diantaranya :

a. Simtom-simtom Emosional

Yaitu adanya perubahan pada perasaan maupun tingkah laku yang diakibatkan dari emosi yang dirasakan. Dalam penelitiannya, Beck menjelaskan bahwa yang termasuk kedalam penurunan mood meliputi; pandangan negatif terhadap diri sendiri, menangis, sudah tidak merasakan kepuasan dalam hidup sehingga hilangnya respon yang menggembirakan. Penurunan mood merupakan salah satu karakteristik yang paling umum diantara para penderita depresi yang mengalami simtom emosional. Perasaan negatif yang ada seperti merasa tidak berharga, tidak berdaya dan lemah. Menurunnya kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kebutuhan biologis diantaranya minum, makan dan hubungan seks. Kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas, tugas dan tanggung jawab akan menurun dan beralih menjadi menikmati kegiatan yang lebih pasif seperti tidur, bersantai dan istirahat. Hilangnya emosi kasih sayang, hubungan orang lain, sehingga menyebabkan perasaan afeksi akan menurun kemudian memunculkan sifat tak acuh hingga apatis dan individu akan memberikan reaksi negatif pada apapun yang bersifat positif. Terjadi peningkatan dalam menangis namun pada tingkatan yang lebih parah individu menjadi sulit menangis padahal sangat ingin menangis. Hilangnya perasaan gembira dalam diri dan mendengar lelucon tidak lagi terasa lucu dan selera humor yang menghilang.

b. Simtom-simtom Kognitif

Simtom kognitif diantaranya meliputi rendahnya penilaian terhadap diri sendiri, menyalahkan dan mengkritik diri sendiri, kesulitan membuat keputusan dan ada penyimpangan mengenai

body image. Adanya harapan-harapan negatif mengenai pemikiran terburuk yang akan terjadi dengan dirinya dan menolak adanya perubahan dan perbaikan menjadi lebih baik kedepannya. Pikiran negatif jika dibiarkan akan berlanjut atau bertambah buruk di masa yang akan datang ini akan memperburuk keadaan atau menimbulkan masalah baru sehingga individu sulit kembali ke keadaan semula dan akan timbul pertimbangan untuk bunuh diri sebagai cara yang masuk akal. Pada sebagian kasus ada juga yang menyalahkan dirinya sendiri atas apa yang tidak mereka perbuat sama sekali.

c. Simtom-simtom Motivasional

Dorongan dan impuls yang terlihat dalam simtom ini adalah individu mengalami regresi, terutama pada aktivitas yang membutuhkan tanggung jawab dan energi yang cukup besar. Penderita depresi memiliki kesulitan dalam mengelola dirinya dalam menjalankan aktifitas dasar sekalipun seperti makan, minum dan buang air. Simtom lainnya yaitu muncul keinginan untuk menghindari dari tugas sehari-hari, menjadi lebih banyak melamun dan hanya tertarik dengan kegiatan yang bersifat pasif. Simtom motivasional lain yang muncul adalah bunuh diri dan peningkatan dependensi. Beck mendefinisikan bahwa dependensi merupakan keinginan untuk mendapatkan bantuan dari orang lain sebelum mengerjakan sendiri. Hal ini bisa menjadi lebih parah ketika individu sudah menyerahkan semuanya kepada orang lain untuk mengerjakan tanpa ia harus berusaha.

d. Simtom-simtom Fisik

Simtom fisik diantaranya munculnya gangguan tidur, kehilangan nafsu makan, mudah lelah dan kehilangan libido. Hilangnya libido ini memiliki kaitan yang tinggi dengan menurunnya nafsu makan dan kehilangan minat pada orang lain. Gejala fisik lain juga dapat berupa kelelahan pada anggota badan (seperti kaki dan tangan)

terasa berat dan sebagian yang lain merasa lemah dan tidak berdaya untuk bergerak.

Berdasarkan uraian dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan gejala depresi terdiri dari aspek fisik, psikologis dan sosial yang mana aspek-aspek tersebut dapat terlihat dari perubahan perilaku yang terjadi dalam diri individu selain aspek tersebut terdapat juga simptom emosional, kognitif, motivasional.

3. Penyebab depresi

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya depresi, diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Faktor Fisik

- 1) Faktor Genetik, individu yang memiliki riwayat anggota dengan depresi memiliki resiko terkena depresi lebih tinggi dibandingkan yang tidak memiliki riwayat depresi.
- 2) Susunan Kimia pada Otak, di otak manusia terdapat beberapa bagian yang berhubungan dengan mengendalikan emosi manusia. Orang dengan depresi telah memperhatikan perubahan jumlah bahan kimia ini. Hormon adrenalin berperan dalam mengontrol aktivitas di otak dan hal itu terlihat berkurang pada individu yang mengalami depresi.
- 3) Faktor Usia, diungkapkan melalui beberapa penelitian yang telah dilakukan bahwa usia remaja hingga dewasa banyak ditemukan mengalami depresi, hal ini dikarenakan individu sedang melewati masa perkembangan.
- 4) Gender, dikatakan bahwa wanita memiliki resiko dua kali lebih banyak mendapat diagnosis depresi dibanding laki-laki.

b. Faktor Psikologis

- 1) Kepribadian, individu dengan konsep diri rendah, pesimis, pola pikir negatif dan *introvert* lebih rentan terkena depresi (Retnowati, 1990; Culbertson, 1997).

- 2) Pola pikir, menurut McWilliam dan Bloomfield (2008) individu yang memiliki pikiran negatif secara tidak sadar akan mengembangkan kebiasaan buruk dan berakhir dengan merusak diri sendiri.
- 3) Stres, Brem (1990) mengatakan bahwa depresi timbul akibat dari peristiwa negatif yang dialami oleh individu dan mengakibatkan perubahan, pengalaman stres yang ekstrem seperti bencana alam, kematian, pertengkaran dan perceraian, Penyebab terjadinya depresi dapat dilihat berdasarkan faktor fisik dan psikologis. Faktor genetik, susunan kimia pada otak, usia, gender, kepribadian, pola pikir dan *stress* yang dialami merupakan beberapa aspek yang menjadi penyebab terjadinya depresi.

D. Hubungan antara Harga diri dan Depresi dengan Perilaku Pembelian Kompulsif

Harga diri dan depresi dapat dilihat sebagai sebuah lingkaran setan yang tak berujung. Ketidakmampuan individu dalam memandang dirinya secara positif hanya akan membuat tingkat harga diri menjadi rendah dan akan mengakibatkan depresi (Lubis, 2009). Berdasarkan apa yang dikemukakan oleh DeSarbo dan Edward yang mengatakan bahwa depresi dan harga diri merupakan salah satu dimensi dari pembelian kompulsif, artinya kedua faktor tersebut berpengaruh dalam terjadinya pembelian kompulsif.

Harga diri yang rendah telah di refleksikan sebagai bentuk dari ketidakmampuan individu dalam melihat dirinya secara positif. Pembelian kompulsif yang dilakukan merupakan sebagai langkah individu dalam meningkatkan harga dirinya. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan juga disebutkan bahwa perasaan iri yang muncul diawal inilah yang menyebabkan akhirnya individu melakukan pembelian secara berulang untuk menghilangkan perasaan rendah diri nya. Pernyataan tersebut selaras dengan temuan sebelumnya yang dilakukan oleh (Prastiko, 2019) menemukan bahwa harga diri memiliki memiliki pengaruh negatif terhadap

pembelian kompulsif. Artinya jika harga diri berada pada kategori rendah maka perilaku pembelian kompulsifnya akan tinggi.

Emosi negatif telah dianggap sebagai salah satu pemicu yang menimbulkan munculnya episode pembelian yang dilakukan secara berlebihan. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa depresi merupakan salah satu faktor yang berkaitan jika membahas perilaku pembelian kompulsif (Müller et al., 2012). Individu yang sedang mengalami tekanan akan cenderung mencari pelampiasan untuk melepaskan tekanan tersebut sehingga ketika sedang mengalami depresi maka kecenderungan untuk melakukan pembelian kompulsif juga semakin tinggi dan hal tersebut dilakukan sebagai *coping* individu dalam melepaskan emosi negatifnya.

Berdasarkan hal tersebut terlihat bahwa ada hubungan antara harga diri dan depresi dengan perilaku pembelian kompulsif. Diketahui bahwa harga diri memiliki hubungan negatif dengan pembelian kompulsif dan depresi merupakan salah satu komorbiditas dari pembelian kompulsif. Berkenaan dengan hal tersebut, hal ini selaras dengan penelitian terdahulu mengenai adanya korelasi negatif antara harga diri dengan pembelian kompulsif. Harga diri yang rendah telah diterima sebagai bentuk dari motivasi yang penting terhadap keinginan untuk membeli dan dalam pembelian kompulsif (d'Astous, 1990).

E. Hipotesis

Berdasarkan hubungan antara variabel yang telah dipaparkan diatas sehingga dapat dirumuskan hipotesis diantaranya :

1. Terdapat Hubungan Antara Harga Diri dan Depresi dengan Pembelian Kompulsif pada Penggemar K-Pop.
2. Terdapat Hubungan Negatif Antara Harga Diri dengan Pembelian Kompulsif pada Penggemar K-Pop, artinya jika harga diri individu rendah maka pembelian kompulsifnya tinggi begitupun sebaliknya.
3. Terdapat Hubungan Positif Antara Depresi dengan Pembelian Kompulsif pada Penggemar K-Pop, artinya jika tingkat depresi tinggi maka pembelian kompulsifnya menjadi tinggi begitupun sebaliknya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Kerlinger (1973) mendefinisikan variabel sebagai suatu konsep yang dapat diukur serta diamati. Variabel adalah penunjuk identitas untuk individu atau suatu objek yang memiliki variasi yang berbeda antara satu orang/objek dengan yang objek/orang lain dipelajari yang kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2017). Umumnya variabel terbagi kedalam 2 bagian, yaitu variabel bebas dan tergantung. Variabel tergantung merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi variabel akibat sedangkan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab terjadinya variabel tergantung. Pada penelitian ini menggunakan 1 (satu) variabel tergantung dan 2 (dua) variabel bebas, yaitu :

1. Variabel Tergantung (Y) : Pembelian Kompulsif
2. Variabel Bebas (X1) : Harga Diri
3. Variabel Bebas (X2) : Depresi

B. Definisi Operasional

1. Pembelian kompulsif

Pembelian kompulsif merupakan suatu perilaku pembelian yang dilakukan secara berulang yang tidak dapat di kendalikan dan kemudian memunculkan perasaan lega dan frustrasi pada saat yang bersamaan. Pembelian kompulsif juga dianggap sebagai sebuah respon akibat perasaan negatif yang sedang dirasakan.

Pada penelitian ini pembelian kompulsif akan diukur menggunakan skala pembelian kompulsif yang meliputi 3 dimensi yang dikemukakan oleh (Valence et al., 1988). Dimensi pembelian kompulsif tersebut meliputi kecenderungan untuk mengeluarkan, aspek reaktif dan perasaan menyesal setelah membeli. Jika skor yang didapatkan tinggi maka akan tinggi pula pembelian kompulsifnya dan

jika mendapatkan skor rendah maka rendah pula tingkat pembelian kompulsifnya.

2. Harga Diri

Harga diri adalah penilaian yang dilakukan terhadap diri sendiri. Penilaian ini merupakan penilaian secara keseluruhan terhadap dirinya, baik dilihat secara negatif atau positif serta apakah individu dapat menerima atau menolak kondisi dirinya saat ini berdasarkan penilaian yang telah dilakukan tersebut.

Pada penelitian ini harga diri akan diukur menggunakan skala yang terdiri dari dua faktor, yaitu *self confidence* dan *self deprecation* yang dikemukakan oleh (Rosenberg et al., 1995). Jika skor yang didapatkan tinggi maka tingkat harga diri individu juga tinggi dan jika skor rendah yang didapatkan maka tingkat harga diri juga rendah.

3. Depresi

Depresi merupakan penurunan *mood* yang dicirikan dengan perasaan sedih berkepanjangan, merasa bersalah serta tidak berguna, ada aktivitas fisik dan kognitif yang terganggu serta munculnya ide untuk melakukan bunuh diri.

Depresi dalam penelitian ini diukur menggunakan *Beck Depression Inventory II* (BDI-II) yang dikemukakan oleh Aaron T. Beck yang didalamnya berisi 21 aitem dengan 4 pilihan pernyataan. Jika skor yang didapat tinggi artinya tingkat depresi juga tinggi namun jika rendah skor yang didapat berarti tingkat depresi juga rendah.

C. Populasi, Sampel dan Sampling

1. Populasi

Populasi adalah cakupan yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kriteria tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti sebagai sesuatu yang diamati dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012). Populasi penelitian ini yaitu Penggemar K-Pop yang tergabung didalam grup komunitas GO by JEN, Daera GO, GO Berrystory, Miskin Bersama GO INA, GO by purplesky, myjournal93.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah populasi dengan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2012). Sampel penelitian kali ini adalah Penggemar K-Pop yang pernah atau masih melakukan pembelian produk atau *merchandise* grup idolanya.

3. Sampling

Teknik yang digunakan untuk melakukan pengambilan sampel disebut *sampling* (Sugiyono, 2012). Pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan khusus (Sugiyono, 2012). Teknik ini dipilih dalam penelitian karena pada penelitian kali ini terdapat beberapa kriteria yakni Penggemar K-Pop yang pernah atau masih melakukan pembelian produk atau *merchandise* grup idolanya sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

D. Metode Pengumpulan Data

Skala merupakan teknik untuk pengumpulan data yang berisi pernyataan tertulis dan diberikan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan tiga skala, yaitu skala pembelian kompulsif, harga diri dan depresi.

1. Pembelian Kompulsif

Penyusunan skala pembelian kompulsif disesuaikan berdasarkan dimensi pembelian kompulsif menurut Valence, d'Astous, & Fortier (1988) yang meliputi kecenderungan untuk berbelanja, aspek reaktif dan perasaan menyesal setelah membeli.

Penelitian ini menggunakan skala yang disusun berdasarkan ketiga dimensi tersebut. Adapun penyajian aitem dalam penelitian ini adalah menggunakan aitem favorabel. Aitem dikatakan *favorable* apabila pernyataannya berisi kesesuaian dengan indikator perilaku yang akan diukur (Azwar, 2012a). Berikut merupakan *blueprint* skala pembelian kompulsif :

Tabel 1. *Blueprint* skala pembelian kompulsif

No	Dimensi Pembelian Kompulsif	Jumlah Aitem	Jumlah
		Favorabel	
1.	Kecenderungan untuk berbelanja	6	6
2.	Aspek reaktif	6	6
3.	Perasaan menyesal setelah membeli	6	6
Total		18	18

Skala ini berisikan pernyataan yang masing-masing memiliki 4 alternatif pilihan jawaban yang pada tiap jawaban diskor berbeda. Penilaian berdasarkan pernyataan dari aitem *favorable* dengan 4 (empat) alternatif pilihan jawaban yang memiliki nilai berjenjang. Penilaian untuk aitem favorabel bergerak dari 4 (empat) ke 1 (satu). Skor untuk pilihan jawaban “Sangat Sesuai (SS)” akan diberikan 4 poin, “Sesuai (S)” akan diberikan 3 poin, “Tidak Sesuai (TS)” akan diberikan 2 poin dan “Sangat Tidak Sesuai (STS)” diberikan 1 poin.

2. Harga Diri

Untuk mengukur skala harga diri menggunakan skala yang dikembangkan oleh Rosenberg yaitu *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) yang didalamnya terdapat 2 faktor yaitu *self confidence* dan *self deprecation* yang masing-masing memiliki 5 aitem pernyataan dengan total 10 item pernyataan untuk mengungkap harga diri secara global (*global self esteem*).

Skala harga diri dalam penelitian menggunakan skala yang sebelumnya telah diadaptasi oleh (Sarah, 2020). Terdapat 10 aitem pernyataan yang didalamnya terdapat aspek penerimaan diri dan penghormatan diri dengan koefisien *cronbach alpa* sebesar 0,89. Berikut merupakan *blueprint* skala harga diri :

Tabel 2. *Blueprint* skala harga diri

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1	Penerimaan diri	3	2	5
2	Penghormatan diri	2	3	5
Total		5	5	10

Skala ini berisikan pernyataan yang masing-masing memiliki 4 alternatif pilihan jawaban yang pada tiap jawaban diberi skor yang berbeda. Penilaian berdasarkan pernyataan dari aitem favorabel dan unfavorabel dengan empat pilihan jawaban yang memiliki nilai berjenjang. Untuk aitem favorebel penilaian bergerak dari empat ke satu. Skor untuk pilihan jawaban “Sangat Sesuai (SS)” akan diberikan 4 poin, “Sesuai (S)” akan diberikan 3 poin, “Tidak Sesuai (TS)” akan diberikan 2 poin dan “Sangat Tidak Sesuai (STS)” diberikan 1 poin. Penilaian untuk aitem *unfovarable* bergerak sebaliknya. Skor untuk pilihan jawaban “Sangat Sesuai (SS)” akan diberikan 1 poin, “Sesuai (S)” akan diberikan 2 poin, “Tidak Sesuai (TS)” akan diberikan 3 poin dan untuk pilihan jawaban “Sangat Tidak Sesuai (STS)” diberikan 4 poin.

3. Depresi

Pengukuran depresi menggunakan skala yang dikembangkan oleh Aaron T. Beck yaitu *Beck Depression Inventory II* (BDI-II) yang terdiri atas 21 aitem pernyataan dengan 4 pilihan jawaban. Pernyataan ini merujuk kepada gejala psikologis yang hendak diukur. Penggolongan tingkat depresi terbagi menjadi 5 kategori diantaranya :

Tabel 3. Kategori tingkat depresi

Kategori	Rentang
Sangat tinggi	$X > 45$
Tinggi	$35 < x < 45$
Sedang	$25 < x < 35$
Rendah	$15 < x < 25$
Sangat rendah	$X < 15$

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Beck, Steer & Brown (1996) yang menguji aitem pada alat ukur BDI-II terhadap 500 subjek dengan masalah klinis didapatkan hasil dari reliabilitas dengan $\alpha = 0,92$ (Sorayah, 2015). Penelitian lain yang menggunakan BDI-II dengan menterjemahkannya ke Bahasa Jepang yang dilakukan oleh Kojima juga mendapatkan hasil reliabilitas sebesar 0,87 (Kojima et al., 2002). Berikut *blueprint* skala BDI-II :

Tabel 4. *Blueprint* skala depresi

No	Aspek yang diungkap	Nomor Aitem
1	Kesedihan	1
2	Pesimisme	2
3	Kegagalan	3
4	Ketidakpuasan	4
5	Perasaan bersalah	5
6	Hukuman	6
7	Perasaan kecewa terhadap diri sendiri	7
8	Menyalahkan diri sendiri	8
9	Keinginan melakukan bunuh diri	9
10	Menangis	10
11	Kemarahan	11
12	Menarik diri dari lingkungan sosial	12
13	Kesulitan dalam mengambil keputusan	13
14	Penyimpangan citra tubuh	14
15	Kehilangan produktif kerja	15
16	Gangguan tidur	16
17	Kelelahan	17
18	Gangguan makan	18
19	Penurunan berat badan	19
20	Psikosomatis	20
21	Gangguan libido	21

Skala ini berisikan empat pilihan jawaban pada masing-masing nomor. Setiap pilihan jawaban memiliki skor yang berbeda. Penilaian bergerak antara 0 sampai 3 sesuai urutan dari pilihan jawaban.

E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Kata validitas berasal dari *validity* yang artinya ketepatan dan kecermatan. Validitas merupakan derajat ketepatan suatu alat ukur dalam mengungkap atribut yang akan diukur (Azwar, 2016). Validitas merupakan kesesuaian antara isi alat ukur dengan hasil ukur yang berupa skor akhir. Validitas alat ukur dikatakan baik jika alat ukur tersebut mampu memberikan hasil ukur secara akurat dan tepat.

Validitas isi digunakan pada penelitian ini, yang berfungsi untuk melihat apakah aitem-aitem dapat mencakup keseluruhan isi tes yang hendak diukur. Sederhananya pengujian validitas ini berfungsi sebagai uji kelayakan, apakah tiap-tiap aitem dapat mengungkap atribut yang akan diukur sesuai indikator perilakunya (Azwar, 2012b).

2. Uji Daya Beda Aitem

Uji daya beda aitem memiliki berfungsi dalam mengukur apakah aitem-aitem tersebut dapat digunakan untuk membedakan antara individu yang telah sesuai dengan kriteria atau tidak sesuai yang berkaitan dengan atribut yang akan diukur (Azwar, 2016). Suatu aitem dapat dikatakan memiliki daya beda tinggi maka sebagian besar harus dijawab benar dari jumlah keseluruhan subjek. Dalam penelitian ini menggunakan acuan apabila $r_{ix} \geq 0,30$ artinya daya beda dianggap sudah baik sehingga aitem dapat digunakan. Aitem dengan daya beda $\leq 0,30$ dapat dikatakan bahwa aitem tersebut memiliki daya beda rendah. Jika jumlah aitem dengan daya beda tinggi masih kurang dan belum terpenuhi, alternatif lain dapat mempertimbangkan untuk menurunkan batas acuannya menjadi 0,25 (Azwar, 2012a).

3. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas didefinisikan sebagai seberapa konsisten dan stabilnya sebuah alat ukur berdasarkan data yang telah didapat. Reliabilitas dapat diartikan seberapa besar hasil dari pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2012b). dikatakan reliabel jika hasil pengukuran

memiliki data dengan reliabilitas yang tinggi. Alat ukur dengan reliabilitas yang bagus apabila ketika dilakukan pengukuran ulang maka menghasilkan hasil yang relatif sama.

Koefisien realibilitas bergerak dari 0 hingga 1,00 sehingga jika suatu alat ukur yang mendekati angka 1,00 maka reliabilitasnya semakin baik namun jarang ditemukan mendapatkan angka 1,00 dalam pengukuran psikologi (Azwar, 2012b). Dalam penelitian ini menggunakan *alpha cronbach* sebagai teknik analisis relaibilitas dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Packages for Social Sciene*) versi 20.0.

F. Teknik Analisis

Ketika semua data telah terkumpul maka kegiatan yang dilakukan selanjutnya adalah analisis data (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini korelasi ganda dan korelasi parsial merupakan teknik analisis data yang digunakan. Untuk menguji hubungan dari dua variabel bebas dengan satu variabel tergantung menggunakan teknik korelasi ganda. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur hubungan variabel harga diri dan depresi dengan variabel pembelian kompulsif sedangkan untuk korelasi parsial digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel yang salah satunya mengukur efek kontrol. Perhitungan data menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Packages for Social Sciene*) versi 20.0.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kacah Penelitian

Sebelum penelitian dimulai, orientasi kacah penelitian merupakan tahapan awal yang harus dilakukan untuk menyiapkan segala sesuatu yang termasuk kedalam penelitian untuk menunjang keberhasilan serta mendapatkan hasil yang optimal. Tahap awal yang dapat dilakukan adalah menentukan lokasi penelitian sesuai karakteristik populasi. Penelitian ini menggunakan populasi yang angkanya tidak diketahui, yaitu peneliti melakukan penelitian melalui *platform online* media sosial twitter dan grup order. Karakteristik dari penelitian ini adalah seorang Penggemar K-Pop yang melakukan pembelian *merch* dari grup idolanya, sehingga tempat yang cocok untuk melakukan penelitian ini adalah dengan mencari responden yang cocok melalui media sosial.

Twitter merupakan suatu layanan jejaring sosial yang digunakan untuk berinteraksi dengan banyak orang. Pengguna twitter juga dapat saling berkomunikasi dengan membalas suatu cuitan atau dapat merespon sebuah cuitan dengan tombol suka dan *retweet*. Grup order juga merupakan salah satu *platform* yang peneliti gunakan dalam melakukan pencarian responden. Grup order atau yang biasa disingkat sebagai GO merupakan sebuah forum chat yang berisikan banyak anggota yang didalamnya terdapat sebuah kegiatan pembelian. Grup order ini dibuat sebagai tempat bagi individu yang senang membeli *merch* idolanya serta GO ini merupakan salah satu tempat bagi individu untuk mencari *merch* yang diinginkan. GO ini memiliki admin yang bertugas mencari *merch* dengan harga rendah dengan cara mencari penjual dari Negara lain. Negara yang biasanya menjadi tujuan untuk mencari *merch* tersebut adalah Korea, Jepang dan China.

Harga *merch* yang biasa dijual di Negara tersebut terbilang murah sehingga banyak yang memilih untuk bergabung dengan grup order dalam

memenuhi kebutuhan pembeliannya. Selain untuk membeli *merch* yang sudah lama, GO juga biasanya membuka *pre order* untuk *merch* yang akan dirilis, sehingga GO ini seperti *online shopnya* para Penggemar K-Pop.

Setelah menentukan lokasi penelitian, peneliti juga melakukan wawancara untuk mendapatkan studi pendahuluan. Wawancara dilakukan kepada 3 orang yang peneliti temukan dari *twitter* dan juga individu yang bergabung dengan grup order dengan pokok bahasan mengenai pembelian kompulsif. Tahapan selanjutnya yaitu mencari data-data pendukung lain atau hasil dari penelitian terdahulu serta teori yang akan digunakan sebagai landasan dan acuan pendukung dalam penelitian ini.

Adapun alasan peneliti melakukan penelitian melalui media sosial secara online adalah :

- a. Penelitian mengenai hubungan pembelian kompulsif dengan harga diri dan depresi belum banyak dilakukan secara *online* dengan berbagai macam asal daerah
- b. Karakteristik responden sesuai dengan kriteria penelitian yang dibutuhkan
- c. Pemberian izin adalah hak masing-masing individu yang mengisi kuesioner tersebut, sehingga individu berhak untuk mengisi atau tidak dan tidak bersifat memaksa
- d. Ditemukannya permasalahan mengenai pembelian kompulsif pada komunitas Penggemar K-Pop.

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Agar kesalahan dalam penelitian dapat diminimalisir, perlu adanya persiapan penelitian terlebih dahulu. Persiapan penelitian ini terdiri dari perizinan, penyusunan alat ukur, melakukan uji coba alat ukur, uji daya beda item dan reliabilitas alat ukur yang akan dijelaskan secara rinci dibawah ini :

a. Persiapan Perizinan

Syarat utama yang harus ada sebelum memulai penelitian adalah harus adanya surat izin penelitian. Proses perizinan yang dilakukan pada penelitian ini dengan membuat surat izin penelitian yang

dibuatkan oleh Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung dengan nomor surat izin 1218/C.1/Psi-SA/I/2022.

b. Penyusunan Alat Ukur

Sebuah instrumen yang digunakan untuk mengukur sebuah perilaku yang akan diteliti yang menghasilkan sebuah data yang berisi informasi disebut alat ukur. Alat ukur dalam penelitian ini berupa skala psikologi yang disusun berdasarkan indikator atau aspek yang merupakan penjabaran dari dimensi suatu variabel. Skala yang digunakan adalah skala pembelian kompulsif, RSES (Rosenberg *Self Esteem Scale*) yang telah diterjemahkan dan BDI-II (*The Beck Depression Inventory – II*).

Skala pembelian kompulsif disusun berdasarkan 3 dimensi pembelian kompulsif yang disusun oleh Valance. Skala ini terdiri dari 18 aitem *favorable*. Skala tersebut memiliki empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Penilaian dilakukan dengan cara memberikan skor pada tiap jawaban yang dipilih. Karena dalam skala ini hanya memiliki aitem *favorable* saja, maka peneliannya bergerak dari 4 (empat) ke 1 (satu). Skor 4 diberikan untuk jawaban Sangat Sesuai (SS), skor 3 untuk jawaban Sesuai (S), skor 2 untuk jawaban Tidak Sesuai (TS) dan skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS).

Skala Harga Diri menggunakan skala yang disusun oleh Yunita (2020) dimana skala ini merupakan hasil translasi dari skala asli yang dikemukakan oleh Rosenberg. Skala ini terdiri dari 2 aspek yang berisi 10 aitem dengan jumlah masing-masing aitem *favorable* dan *unfavorable* sebanyak 5 aitem. Skala tersebut memiliki empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Penilaian dilakukan dengan cara memberikan skor pada tiap jawaban yang dipilih. Untuk memberikan penilaian pada aitem *favorable*, peneliannya bergerak dari 4 (empat) ke 1 (satu). Jawaban Sangat Sesuai (SS) diberikan skor 4, skor 3 untuk

jawaban Sesuai (S), skor 2 untuk jawaban Tidak Sesuai (TS) dan skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS). Penilaian untuk aitem unfavorable bergerak sebaliknya. Untuk jawaban Sangat Sesuai (SS) diberikan skor 1, Sesuai (SS) berikan skor 2, Tidak Sesuai (TS) berikan skor 3 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) berikan skor 4.

Skala depresi disusun berdasarkan 21 pernyataan yang berisi aspek yang akan mengungkap tingkat depresi. Skala ini berisi 21 pernyataan yang masing-masing nomor memiliki 4 (empat) alternatif pilihan jawaban yang bisa dijawab dengan cara memilih satu jawaban yang paling menggambarkan kondisi individu. Tiap jawaban yang dipilih memiliki penilaian yang berbeda-beda. Penilaian bergerak dari 0 (nol) sampai 3 (tiga). Pemberian skor dilihat berdasarkan urutan jawaban dari tiap-tiap pernyataan aitem.

Skala psikologi yang digunakan dalam penelitian ini akan dibahas lebih dijelaskan lebih rinci dibawah sebagai berikut :

1) Skala pembelian kompulsif

Skala pembelian kompulsif disusun berdasarkan pembelian kompulsif yang dikemukakan oleh (Valence et al., 1988). Skala ini terdiri atas 16 aitem *favorable* dengan empat pilihan jawaban. Berikut adalah sebaran aitem skala pembelian kompulsif :

Tabel 5. Sebaran aitem skala pembelian kompulsif

No	Dimensi Pembelian Kompulsif	Jumlah Aitem	Jumlah
		Favorabel	
1	Kecenderungan untuk berbelanja	1, 2, 5, 7, 13, 16	6
2	Aspek reaktif	3, 4, 6, 8, 11, 15	6
3	Perasaan menyesal setelah membeli	9, 10, 12, 14, 17, 18	6
Total			18

2) Skala harga diri

Skala harga diri memiliki total 10 aitem pernyataan yang digunakan untuk mengukur harga diri seseorang. skala ini merupakan skala yang disusun oleh Yunita (2020) berdasarkan

aspek harga diri yang dikemukakan oleh Rosenberg. Skala ini memiliki masing-masing 5 aitem *favorable* dan *unfavorable* dengan empat pilihan jawaban. Berikut adalah sebaran aitem skala harga diri :

Tabel 6. Sebaran aitem skala harga diri

No	Aspek Harga Diri	Jumlah Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1	Penerimaan diri	1, 3, 4	2, 5	5
2	Penghormatan diri	6, 8	7, 9, 10	5
Total				10

3) Skala depresi

Skala depresi memiliki total 21 pernyataan yang masing-masing memiliki 4 (empat) pilihan jawaban. Pernyataan tersebut berisi aspek-aspek yang digunakan untuk mengukur depresi.

Berikut adalah sebaran aitem skala depresi :

Tabel 7. Sebaran aitem skala depresi

No	Aspek yang diungkap	Nomor Aitem
1	Kesedihan	1
2	Pesimisme	2
3	Kegagalan	3
4	Ketidakpuasan	4
5	Perasaan bersalah	5
6	Hukuman	6
7	Perasaan kecewa terhadap diri sendiri	7
8	Menyalahkan diri sendiri	8
9	Keinginan melakukan bunuh diri	9
10	Menangis	10
11	Kemarahan	11
12	Menarik diri dari lingkungan sosial	12
13	Kesulitan dalam mengambil keputusan	13
14	Penyimpangan citra tubuh	14
15	Kehilangan produktif kerja	15
16	Gangguan tidur	16
17	Kelelahan	17
18	Gangguan makan	18
19	Penurunan berat badan	19
20	Psikosomatis	20
21	Gangguan libido	21

c. Uji Coba Alat Ukur

Setelah alat ukur selesai disusun, hal yang dilakukan selanjutnya ialah menguji cobakan alat ukur tersebut. Dilakukan uji coba alat ukur ini untuk melihat daya beda aitem dan reliabilitas dari alat ukur tersebut. Pelaksanaan uji coba alat ukur yang digunakan yaitu skala pembelian kompulsif, skala harga diri dan skala depresi dilakukan selama 2 hari pada tanggal 20 Desember sampai dengan 21 Desember 2021 dengan jumlah responden sebanyak 143 orang. Sampel uji coba yang dilibatkan dalam uji coba skala ini adalah Penggemar K-Pop yang tergabung dalam Grup Order di *WhatsApp*. Pelaksanaan uji coba alat ukur ini disebar secara daring untuk menyesuaikan kriteria responden sehingga penyebaran alat ukur dilakukan secara *online* menggunakan bantuan *google form* yang dapat diakses melalui *link* <https://bit.ly/3FeL61o> . Penyebaran skala uji coba dilakukan melalui Grup Order maupun *twitter* serta peneliti juga mengirimkannya secara personal kepada responden yang sesuai dengan kriteria.

Setelah semua data sudah terkumpul, peneliti melakukan *skoring* sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan kemudian data tersebut diolah untuk mengetahui nilai daya beda dan reliabilitas dari skala tersebut. Pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS Ver 20.0

d. Uji Daya Beda dan Estimasi Koefisien Reliabilitas Alat Ukur

Diskriminasi aitem dilakukan untuk melihat sampai mana aitem dapat memberikan perbedaan antara individu yang memiliki atribut yang hendak diukur dengan yang tidak memiliki atribut. Daya beda aitem dikatakan bagus apabila memiliki nilai koefisien $r_{ix} \geq 0.30$. Apabila selama melakukan uji coba ditemukan banyak aitem yang ≥ 0.30 maka dapat diturunkan nilai korelasi koefisiennya menjadi ≥ 0.25 (Azwar, 2012a). Berdasarkan perhitungan reliabilitas dan daya beda dari masing-masing skala dapat dilihat sebagai berikut :

1) Skala pembelian kompulsif

Berdasarkan uji daya beda aitem yang dilakukan dengan teknik koefisien korelasi produk momen terhadap 18 aitem, telah diperoleh 15 aitem berdaya beda tinggi. Kriteria koefisien yang dalam penelitian ini adalah $r_{ix} \geq 0.30$. Koefisien korelasi yang memiliki aitem berdaya beda tinggi bergerak dari 0,361 sampai 0,710. Estimasi reliabilitas *alpha cronbach* dari 15 aitem tersebut yakni sebesar 0,871. Dalam hal ini artinya skala pembelian kompulsif pada penelitian ini yaitu *reliable*. Berikut merupakan sebaran aitem yang berdaya beda rendah setelah dilakukan uji coba :

Tabel 8. Sebaran aitem skala pembelian kompulsif daya beda tinggi

No	Dimensi Pembelian Kompulsif	Jumlah Aitem Favorabel	Jumlah
1	Kecenderungan untuk berbelanja	1, 2, 5, 7, 13, 16	6
2	Aspek reaktif	3, 4, 6*, 8, 11, 15	6
3	Perasaan menyesal setelah membeli	9, 10, 12*, 14, 17, 18*	6
Total			18

Keterangan (*) aitem dengan daya beda rendah.

2) Skala harga diri

Dilakukan juga uji coba pada skala harga diri untuk mendapatkan nilai reliabilitas serta daya beda jika digunakan pada responden dengan kriteria Penggemar K-Pop. Berdasarkan uji daya beda aitem dengan menggunakan teknik koefisien korelasi *product moment* terhadap 10 aitem, telah diperoleh 9 aitem dengan daya beda tinggi. Kriteria koefisien yang digunakan dalam penelitian ini adalah $r_{ix} \geq 0.30$. Koefisien korelasi yang memiliki aitem berdaya beda tinggi bergerak dari 0,410 sampai 0,676. Estimasi reliabilitas *alpha cronbach* dari 9 aitem tersebut yakni 0,832. Dalam hal ini artinya skala harga diri pada penelitian ini yaitu *reliable*. Berikut merupakan sebaran aitem yang berdaya beda rendah setelah dilakukan uji coba :

Tabel 9. Sebaran aitem skala harga diri daya beda tinggi

No	Aspek Harga Diri	Jumlah Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1	Penerimaan diri	1, 3, 4	2, 5	5
2	Penghormatan diri	6, 8	7, 9*, 10	5
Total				10

Keterangan (*) aitem daya beda rendah.

3) Skala depresi

Dilakukan juga uji coba pada skala depresi untuk mendapatkan nilai reliabilitas dan daya beda aitem jika digunakan pada responden dengan kriteria Penggemar K-Pop. Berdasarkan uji daya beda aitem dengan menggunakan teknik koefisien korelasi *product moment* terhadap 21 aitem, telah diperoleh 20 aitem dengan daya beda tinggi. Kriteria koefisien yang digunakan dalam penelitian ini adalah $r_{ix} \geq 0.30$. Koefisien korelasi aitem berdaya beda tinggi bergerak dari 0,435 sampai 0,686. Estimasi reliabilitas *alpha cronbach* dari 20 aitem tersebut yakni 0,912. Dalam hal ini artinya skala harga diri pada penelitian ini yaitu *reliable*. Berikut merupakan sebaran aitem yang berdaya beda rendah setelah uji coba :

Tabel 10. Sebaran aitem skala depresi daya beda tinggi

No	Aspek yang diungkap	Nomor Aitem
1	Kesedihan	1
2	Pesimisme	2
3	Kegagalan	3
4	Ketidakpuasan	4
5	Perasaan bersalah	5
6	Hukuman	6
7	Perasaan kecewa terhadap diri sendiri	7
8	Menyalahkan diri sendiri	8
9	Keinginan melakukan bunuh diri	9
10	Menangis	10
11	Kemarahan	11
12	Menarik diri dari lingkungan sosial	12
13	Kesulitan dalam mengambil keputusan	13
14	Penyimpangan citra tubuh	14
15	Kehilangan produktif kerja	15
16	Gangguan tidur	16
17	Kelelahan	17

18	Gangguan makan	18
19	Penurunan berat badan	19
20	Psikosomatis	20
21	Gangguan libido*	21

Keterangan (*) aitem dengan daya beda rendah.

e. Penomoran Ulang

Setelah melakukan uji coba, telah didapatkan aitem berdaya beda tinggi dan rendah. Untuk aitem yang memiliki berdaya beda rendah akan digugurkan sehingga tidak digunakan dalam penelitian sedangkan aitem berdaya beda tinggi akan digunakan dalam penelitian. Berikut adalah susunan penomoran baru dari skala pembelian kompulsif, harga diri dan depresi :

Tabel 11. Sebaran aitem penomoran ulang skala pembelian kompulsif

No	Dimensi Pembelian Kompulsif	Jumlah Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1	Kecenderungan untuk berbelanja	1, 2, 5, 7 (6), 13 (11), 16 (14)		5
2	Aspek reaktif	3, 4, 8 (7), 11 (10), 15 (13)		5
3	Perasaan menyesal setelah membeli	9 (8), 10 (9), 14 (12), 17 (15)		5
	Total			15

Keterangan (...) nomor baru

Tabel 12. Sebaran aitem penomoran ulang skala harga diri

No	Aspek Harga Diri	Jumlah Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
1	Penerimaan diri	1, 3, 4	2, 5	5
2	Penghormatan diri	6, 8	7, 10 (9)	4
	Total			9

Keterangan (...) nomor baru

Tabel 13. Sebaran aitem penomoran ulang skala depresi

No	Aspek yang diungkap	Nomor Aitem
1	Kesedihan	1
2	Pesimisme	2
3	Kegagalan	3
4	Ketidakpuasan	4
5	Perasaan bersalah	5
6	Hukuman	6
7	Perasaan kecewa terhadap diri sendiri	7

8	Menyalahkan diri sendiri	8
9	Keinginan melakukan bunuh diri	9
10	Menangis	10
11	Kemarahan	11
12	Menarik diri dari lingkungan sosial	12
13	Kesulitan dalam mengambil keputusan	13
14	Penyimpangan citra tubuh	14
15	Kehilangan produktif kerja	15
16	Gangguan tidur	16
17	Kelelahan	17
18	Gangguan makan	18
19	Penurunan berat badan	19
20	Psikosomatis	20

B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti secara langsung dengan dibantu oleh teman-teman yang dimulai pada tanggal 21 Desember sampai 26 Desember 2021. Pengisian skala disebarluaskan secara *online* dengan bantuan *google form*, adapun *link* dapat diakses pada <https://bit.ly/32iGcC5>. *Link* tersebut peneliti sebarluaskan melalui Grup Order di *LINE* dan juga memposting cuitan melalui *twitter* serta menyebarkan informasi dengan menghubungi secara personal kepada individu yang memiliki kriteria yang sama.

Penelitian ini memiliki jumlah populasi yang tidak diketahui, sehingga penentuan sampel dilakukan dengan dua cara. Untuk mengetahui sampel yang tidak diketahui populasinya, perhitungan sampel dapat menggunakan tabel Isaac & Michael dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 10%.

Tabel 14. Penentuan sampel penelitian berdasarkan tabel Isaac & Michael dengan taraf signifikansi 1%, 5% dan 10%

N	S		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
100	87	78	73
200	154	127	115
...
1500	460	283	229
3000	543	312	248

6000	598	329	259
...
1000000	663	348	271
∞	664	349	272

Keterangan :

S : Jumlah Sampel

N : Jumlah populasi

∞ : Tak terhingga

Berdasarkan hasil diskusi dengan dosen pembimbing penentuan jumlah sampel penelitian ini telah disepakati berjumlah 285 orang yaitu sebanyak responden yang telah mengisi skala yang disebar oleh peneliti.

Tabel 15. Sebaran data demografi subjek penelitian

No	Karakteristik	Frekuensi	Presentase	Total
1	Usia			
	a. 14 – 17 tahun	101	35,4%	285
	b. 18 – 21 tahun	145	50,9%	
	c. 22 – 25 tahun	36	12,6%	
	d. Lainnya	3	1,1%	
2	Asal Daerah			
	a. Jakarta	35	12,28%	285
	b. Tangerang	35	12,28%	
	c. Jawa Tengah	61	21,40%	
	d. Jawa Timur	27	9,47%	
	e. Jawa Barat	64	22,45%	
	f. Kalimantan	21	7,36%	
	g. Sulawesi	5	1,75%	
	h. Sumatera	19	6,67%	
	i. Lainnya	18	6,31%	

C. Analisis Data Hasil Penelitian

Setelah data telah terkumpul, maka data tersebut dapat dianalisa dengan melakukan uji asumsi. Uji asumsi yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas dan uji multikolinearitas.

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data penelitian telah berdistribusi normal atau tidak. Teknik yang digunakan untuk melihat normalitas adalah *One-Sample Kolmogorov Smirnov Z*.

Dikatakan data telah berdistribusi normal apabila tingkat signifikansinya $> 0,05$. Berikut uji normalitas dalam penelitian ini :

Tabel 16. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	Std Deviasi	KS-Z	Sig.	P	Keterangan
Pembelian Kompulsif	38,50	6,617	0,949	0,328	$>0,05$	Normal
Harga Diri	26,13	4,937	1,214	0,105	$>0,05$	Normal
Depresi	15,55	10,189	1,641	0,009	$<0,05$	Tidak Normal

b. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah antara variabel tergantung dan bebas memiliki hubungan yang linier. Pengujian menggunakan uji F_{linier} . Apabila data memiliki signifikansi $\leq 0,05$ maka dapat dikatakan linier yang artinya variabel tergantung secara simultan mempengaruhi variabel bebas dan berlaku sebaliknya.

Dari hasil uji linieritas pada variabel harga diri dengan pembelian kompulsif, diperoleh $F_{linier} = 5,156$ dan taraf signifikansi = $0,024$ ($p \leq 0,05$). Berdasarkan hasil yang didapat menunjukkan bahwa harga diri memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pembelian kompulsif.

Uji linieritas selanjutnya pada variabel depresi dengan pembelian kompulsif. Diperoleh nilai $F_{linier} = 12,793$ dan taraf signifikansi = $0,000$ ($p \leq 0,01$). Berdasarkan hasil dapat dikatakan bahwa depresi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pembelian kompulsif.

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah diantara variabel bebas tidak ditemukan korelasi. Untuk menentukan apakah variabel bebas dari multikolinearitas adalah dengan melihat dua ketentuan, yaitu berdasarkan nilai *tolerance* dan VIF. Jika nilai *tolerance* sebesar $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa skor *tolerance* sebesar $0,607$ dan $> 0,10$ serta untuk nilai VIF

sebesar 1,649 dan $< 10,00$ maka dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas.

2. Uji Hipotesis

a. Hipotesis pertama

Uji hipotesis yang dilakukan menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mendapatkan hasil apakah terdapat hubungan antara harga diri dan depresi dengan pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop.

Hasil uji korelasi yang dilakukan menemukan bahwa antara harga diri dan depresi terhadap perilaku pembelian kompulsif diperoleh nilai $R = 0,208$ dan F_{hitung} sebesar 6,337 dan taraf signifikan = 0,002 ($p < 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang bermakna antara harga diri dan depresi dengan perilaku pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop artinya pada hipotesis pertama diterima. Skor koefisien prediktor harga diri = -0,007 dan koefisien prediktor depresi = 0,133 dengan skor konstanta = 36,624 sehingga diperoleh persamaan linear regresi $Y = 36,624 - 0,007X_1 + 0,133X_2$.

Hasil analisis pada hipotesis pertama dapat diketahui bahwa harga diri memiliki sumbangan efektif terhadap pembelian kompulsif sebesar 0,067% yang diperoleh dari sumbangan tiap variabel $R_{xy} \times \beta \times 100\%$ ($-0,134 \times -0,005 \times 100\%$) sedangkan depresi memberikan sumbangan efektif sebesar 4,26% didapat dari ($0,208 \times 0,205 \times 100\%$) sehingga total keseluruhan sumbangan efektif variabel harga diri dan depresi sebesar 4,3% sedangkan 95,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Hipotesis kedua

Korelasi parsial merupakan teknik yang digunakan untuk uji hipotesis kedua. Dilakukannya uji ini untuk melihat apakah terdapat hubungan antara variabel tergantung dengan variabel bebas, dengan mengontrol variabel tergantung. Hasil uji korelasi antara harga diri dengan pembelian kompulsif menunjukkan skor $r_{x1y} = -0,005$ dan taraf

signifikan = 0,942 ($p > 0,05$), yang berarti tidak adanya hubungan negatif antara harga diri dengan pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak.

c. Hipotesis ketiga

Korelasi parsial merupakan teknik yang digunakan untuk uji hipotesis ketiga. Hasil uji korelasi antara depresi dengan pembelian kompulsif didapatkan skor $r_{x2y} = 0,205$ dan taraf signifikan = 0,007 ($p < 0,05$), yang berarti adanya hubungan positif antara depresi dengan pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Data penelitian membutuhkan deskripsi untuk mendapatkan gambaran mengenai skor terhadap subjek berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan untuk mendapatkan penjelasan tentang keadaan subjek ditinjau dari atribut yang sedang diteliti. Pengkategorian subjek dalam penelitian ini mengacu pada norma kategorisasi yang dibuat oleh Azwar dimana model yang digunakan adalah model distribusi normal. Tujuan dilakukannya pengkategorisasian adalah untuk membagi subjek kedalam kelompok yang memiliki rentang bertingkat pada tiap variabel yang akan diungkap. Berikut adalah norma kategorisasi yang digunakan pada penelitian ini :

Tabel 17. Norma Kategorisasi Skor

Rentang Skor		Kategorisasi	
$\mu + 1.5 \sigma$	<	X	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5 \sigma$	$< X \leq$	$\mu + 1.5 \sigma$	Tinggi
$\mu - 0.5 \sigma$	$< X \leq$	$\mu + 0.5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1.5 \sigma$	$< X \leq$	$\mu - 0.5 \sigma$	Rendah
X	\leq	$\mu - 1.5 \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan :

μ : Mean hipotetik

σ : Standar deviasi hipotetik

1. Deskripsi Data Skor Pembelian Kompulsif

Skala pembelian kompulsif terdiri dari 15 aitem berdaya beda tinggi.

Skala ini berisi pernyataan yang tiap-tiap aitem memiliki 4 (empat) pilihan jawaban dengan penilaian skor yang bergerak antara 1 (satu) sampai 4 (empat). Kemungkinan skor minimum yang didapat oleh subjek yaitu sebesar 15 yang berasal dari (15×1) dan skor maksimum yaitu 60 yang berasal dari (15×4) . Rentang skor sebesar 45 yang berasal dari $(60 - 15)$ yang kemudian dibagi lagi menjadi enam sesuai dengan satuan standar deviasi, sehingga diperoleh nilai standar deviasi sebesar 7,5 yang berasal dari $((60-15) : 6)$, kemudian mean hipotetik didapat dari $((60+15) : 2)$ sehingga didapat skor 37,5.

Berdasarkan hasil penelitian, deskripsi untuk skor empirik diperoleh skor minimal sebesar 24, skor maksimal sebesar 56, mean empirik sebesar 38 dan standar deviasi empirik sebesar 6,617. Berikut merupakan deskripsi skor skala pembelian kompulsif :

Tabel 18. Deskripsi skor skala pembelian kompulsif

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	24	15
Skor Maksimum	56	60
Mean (M)	38	37,5
Standar Deviasi (SD)	6,617	7,5

Berdasarkan mean empirik yang ada pada norma kategorisasi diatas, maka dapat kita peroleh rata-rata skor subjek yang berada di kategori sedang memiliki nilai Mean sebesar 38.

Deskripsi data variabel pembelian kompulsif secara keseluruhan dengan melihat norma kategorisasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 19. Kategorisasi skor subjek pada skala pembelian kompulsif

	Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
48,75	< X	Sangat Tinggi	20	7,0%
41,25	< X ≤ 48,75	Tinggi	70	24,6%
33,75	< X ≤ 41,25	Sedang	125	43,9%
26,25	< X ≤ 33,75	Rendah	58	20,4%
X	≤ 26,25	Sangat Rendah	12	4,2%
		Total	285	100%



Gambar 1. Kategorisasi subjek pada skala pembelian kompulsif

2. Deskripsi Data Skor Harga Diri

Skala harga diri dalam penelitian ini terdiri dari 9 aitem dengan daya beda tinggi. Skala ini berisi pernyataan yang masing-masing memiliki 4 pilihan jawaban dengan memberikan penilaian yang berkisar antara 1 sampai 4. Skor minimum yang mungkin didapat oleh subjek adalah sebesar 9 diperoleh dari (9×1) , sedangkan untuk skor maksimumnya adalah 36 diperoleh dari (9×4) . Rentang skor yang didapat sebesar 27 diperoleh dari $(36 - 9)$ yang kemudian dibagi lagi menjadi 6 sesuai dengan satuan standar deviasi sehingga nilai standar deviasi 4,5 yang diperoleh dari $((36 - 9) : 6)$ dan mean hipotetik sebesar 22,5 yang diperoleh dari $((36 + 9) : 2)$.

Berdasarkan hasil penelitian, deskripsi untuk skor empirik diperoleh skor minimal sebesar 12, skor maksimal sebesar 36, mean empirik sebesar 26 dan standar deviasi empirik sebesar 4,934. Berikut merupakan deskripsi skor skala harga diri :

Tabel 20. Deskripsi skor skala harga diri

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	12	9
Skor Maksimum	36	36
Mean (M)	26	22,5
Standar Deviasi (SD)	4,934	4,5

Berdasarkan mean empirik yang ada pada norma kategorisasi diatas, maka dapat kita peroleh rata-rata skor subjek yang berada di kategori sedang memiliki nilai Mean sebesar 26.

Deskripsi data variabel harga diri secara keseluruhan dengan melihat norma kategorisasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 21. Kategorisasi skor subjek pada skala harga diri

	Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
29,25	< X	Sangat Tinggi	76	26,7%
24,75	< X ≤ 29,25	Tinggi	106	37,2%

20,25	$< X \leq$	24,75	Sedang	69	24,2%
15,75	$< X \leq$	20,25	Rendah	27	9,5%
X	\leq	15,75	Sangat Rendah	7	2,5%
Total				285	100%

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
9	15,75	20,25	24,75	29,25
36				

Gambar 2. Kategorisasi subjek pada skala harga diri

3. Deskripsi Data Skor Depresi

Skala depresi dalam penelitian ini terdiri dari 20 aiem dengan daya beda tinggi. Skala ini berisi pernyataan dengan 4 alternatif pilihan jawaban dengan memberikan penilaian yang berkisar antara 0 sampai 3. Skor minimum yang mungkin didapat oleh subjek adalah sebesar 0 diperoleh dari (20×0) , sedangkan untuk skor maksimumnya adalah 60 diperoleh dari (20×3) . Rentang skor yang didapat sebesar 60 diperoleh dari $(60 - 0)$ yang kemudian dibagi lagi menjadi 6 sesuai dengan satuan standar deviasi sehingga nilai standar deviasi 10 yang diperoleh dari $((60 - 0) : 6)$ dan mean hipotetik sebesar 30 yang diperoleh dari $((60+0) : 2)$.

Berdasarkan hasil penelitian, deskripsi untuk skor empirik diperoleh skor minimal sebesar 0, skor maksimal sebesar 50, mean empirik sebesar 14 dan standar deviasi empirik sebesar 10,189. Berikut merupakan deskripsi skor skala depresi :

Tabel 22. Deskripsi skor skala depresi

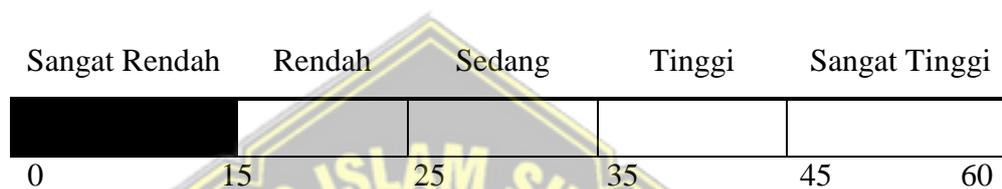
	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	0	0
Skor Maksimum	50	60
Mean (M)	14	30
Standar Deviasi (SD)	10,189	10

Berdasarkan mean empirik yang ada pada norma kategorisasi diatas, maka dapat kita peroleh rata-rata skor subjek yang berada di kategori sedang memiliki nilai Mean sebesar 14.

Deskripsi data variabel depresi secara keseluruhan dengan melihat norma kategorisasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 23. Kategorisasi skor subjek pada skala depresi

	Norma		Kategorisasi	Jumlah	Presentase
45	<	X	Sangat Tinggi	3	1,1%
35	< X ≤	45	Tinggi	6	2,1%
25	< X ≤	35	Sedang	42	14,7%
15	< X ≤	25	Rendah	75	26,3%
X	≤	15	Sangat Rendah	159	55,8%
Total				285	100%



Gambar 3. Kategorisasi subjek pada skala depresi

E. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara harga diri dan depresi terhadap perilaku pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop. Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama yang dilakukan menunjukkan nilai $R=0,208$ dan $F_{hitung}=6,337$ dengan $p=0,002$ ($p \leq 0,01$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dan depresi terhadap perilaku pembelian kompulsif pada penggemar K-Pop dan hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

Berbagai macam usaha telah dilakukan untuk mengidentifikasi apa saja faktor yang mempengaruhi terjadinya pembelian kompulsif. Telah ditemukan bahwa pembelian kompulsif berkorelasi dengan harga diri (Silvera et al., 2008). Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai pembelian kompulsif yang dihubungkan dengan depresi telah menghasilkan bahwa terdapat hubungan antar keduanya. Berdasarkan hasil studi tersebut banyak ditemukan individu dengan perilaku kompulsif memiliki tingkat depresi yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang non kompulsif (Mueller et al., 2010). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa munculnya

gejala depresi merupakan pemicu bagi individu untuk melakukan pembelian secara kompulsif (José Manuel Otero-López & Villardefrancos, 2013).

Penelitian sebelumnya mengenai pembelian kompulsif belum banyak dilakukan ketika harga diri dan depresi digabung secara bersamaan menjadi variabel yang mempengaruhi tetapi berdasarkan studi yang dikemukakan oleh Edward menyatakan bahwa harga diri dan depresi merupakan faktor yang mempengaruhi terjadinya pembelian kompulsif. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan $R = 0,208$ dan $p = 0,002$ terlihat bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara bersamaan antara ketiga variabel namun hubungan variabel diantara ketiganya termasuk kedalam kategori yang rendah.

Hipotesis kedua adalah apakah terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku pembelian kompulsif pada penggemar k-pop. Hasil uji korelasi parsial menunjukkan bahwa $r_{x1y} = -0,005$ dan $p = 0,942$ ($p \geq 0,05$) yang artinya tidak terdapat hubungan yang negatif antara harga diri dengan perilaku pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop.

Alasan mengapa hipotesis pada penelitian ini ditolak dapat dilihat dari kriteria subjek dalam penelitian ini. Penelitian sebelumnya pada bahasan mengenai hubungan antara harga diri dengan pembelian kompulsif yang dilakukan pada mahasiswa sebagai subjek penelitiannya, hipotesis tersebut diterima sedangkan pada subjek Penggemar K-Pop pada penelitian ini justru ditolak, sehingga peneliti berasumsi bahwa karakteristik subjek ikut berpengaruh terhadap hasil penelitian. Pembelian *merch* yang paling banyak dibeli pada penelitian ini adalah pembelian *photocard*. Situasi pandemi yang menyebabkan beberapa penggemar K-Pop tidak dapat melihat idolanya secara langsung ini telah melahirkan sebuah hobi baru (Sekar, 2021). Penggemar K-Pop sendiri memiliki hobi yaitu mengumpulkan bonus *photocard* yang berasal dari album yang biasanya dalam setiap album hanya terdapat *photocard* dari beberapa member atau hanya satu member saja sehingga para penggemar terdorong untuk melakukan pembelian lagi untuk melengkapi koleksi *photocardnya*. Dalam

hal ini membeli *merch* bagi para Penggemar K-Pop adalah sebagai sebuah hobi atau kesenangan sekaligus mengapresiasi karya idolanya sehingga peneliti berasumsi bahwa pembelian *merch* yang dilakukan oleh penggemar Kpop hanya sebagai hobi dan tidak berkorelasi dengan harga diri.

Alasan lain yang mengakibatkan hipotesis ini ditolak adalah aitem pernyataan dari alat ukur yang digunakan. Peneliti menggunakan alat ukur harga diri berdasarkan Teori Rosenberg yang menungkap harga diri secara general sedangkan subjek pada penelitian ini adalah seorang penggemar K-Pop yang artinya terdapat kriteria yang lebih spesifik yang diukur. Peneliti berasumsi bahwa apabila aitem pernyataan untuk mengungkap harga diri dibuat lebih spesifik dan disesuaikan dengan kriteria subjek mungkin akan menghasilkan hasil yang berbeda. Salah satu aitem harga diri yang peneliti gunakan dalam penelitian yang berbunyi “secara keseluruhan saya puas dengan diri saya” yang mana pernyataan tersebut dijawab Sangat Setuju oleh sebanyak 126 orang. Dapat dilihat bahwa pernyataan tersebut bersifat umum. Jika peneliti membuat pernyataan yang lebih spesifik seperti “secara keseluruhan saya puas dengan koleksi *merch* yang saya miliki saat ini” mungkin hasil yang didapatkan akan berbeda, sehingga asumsi peneliti mengapa hipotesis ini ditolak adalah aitem pernyataan yang kurang spesifik sehingga tidak dapat mengukur harga diri penggemar K-Pop dengan tepat.

Penelitian sebelumnya mengungkap bahwa dengan membeli *merch* idolanya dapat meningkatkan nilai diri. Harga diri merupakan penilaian individu terhadap dirinya, dalam hal ini jika nilai diri meningkat berarti individu menilai dirinya secara positif sehingga dapat dikatakan bahwa individu memiliki harga diri yang baik. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN *Times* pada tahun 2019 dari 580 responden, sebanyak 51,4% telah menjadi Penggemar K-Pop selama 5 tahun artinya sebelum mencapai pada titik yang sekarang harga diri Penggemar K-Pop sudah terbentuk sehingga kegiatan pembelian yang dilakukan bukan untuk meningkatkan harga dirinya.

Hipotesis ketiga adalah apakah terdapat hubungan positif antara

depresi dengan perilaku pembelian kompulsif pada Penggemar K-Pop. Hasil uji korelasi parsial menunjukkan $r_{xy} = 0,205$ dan $p = 0,007$ ($p \leq 0,05$), artinya pada hipotesis ini terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara depresi dengan perilaku pembelian kompulsif pada penggemar K-Pop.

Rendahnya tingkat depresi terhadap pembelian kompulsif pada penelitian ini memiliki kemungkinan bahwa terjadinya suatu periode yang membuat individu berbelanja dengan kompulsif seperti pada waktu-waktu libur atau hari khusus seperti ulang tahun. Berdasarkan literatur dikatakan bahwa ketika individu menerima warisan atau memenangkan lotre mungkin akan mengalami terjadinya pengeluaran besar-besaran (Black, 2001). Peneliti melakukan *screening* untuk melihat frekuensi seberapa banyak subjek melakukan pembelian dalam sebulan. Berdasarkan hasil *screening* diperoleh sebanyak 192 subjek hanya melakukan pembelian kurang dari 5 kali dalam sebulan, 70 orang 5 – 10 kali dan 23 orang melakukan pembelian lebih dari 10 kali dalam sebulan. Di Indonesia studi mengenai hubungan depresi dengan pembelian kompulsif belum banyak dilakukan. Berdasarkan hasil tersebut peneliti melakukan *screening* untuk melihat lebih jauh kaitan antara pembelian kompulsif dengan depresi. Hasil *screening* yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa rata-rata uang saku yang diterima subjek dalam sebulan hanya < 500.000 yaitu ada sebanyak 135 subjek. Artinya dalam hal ini jumlah uang saku juga ikut mempengaruhi frekuensi subjek dalam melakukan pembelian.

Dampak dari melakukan pembelian *merch* dalam penelitian menimbulkan perasaan senang, sehingga dapat dilihat bahwa dengan melakukan pembelian dapat mengurangi perasaan negatif yang dirasakan individu. Berdasarkan hasil *screening* terhadap perasaan senang yang dirasakan setelah membeli *merch*, diperoleh hasil sebesar 62,5% subjek yang setuju bahwa walaupun mereka menyesal ketika membeli *merch* tetapi mereka merasakan perasaan senang yang mana hal ini dapat kita simpulkan bahwa pembelian kompulsif bisa menjadi salah satu cara bagi beberapa

individu untuk membuat perasaannya menjadi lebih baik. Situasi pandemi saat ini yang mengakibatkan terbatasnya interaksi dengan dunia luar sehingga mengakibatkan beberapa individu merasa tertekan sehingga pembelian *merch* dilakukan oleh individu untuk melepaskan perasaan negatif yang sedang dirasakan. Dorongan kuat yang dirasakan oleh individu dapat dianggap sebagai salah satu cara untuk menghilangkan stress dan kecemasan (Edwards, 1993).

Berdasarkan hasil deksripsi data skor, tingkat harga diri Penggemar K-Pop dalam penelitian ini berada dalam kategori sangat tinggi, artinya subjek dalam penelitian ini mampu dan percaya terhadap kemampuan diri yang dimilikinya, dapat berhubungan baik dengan orang lain serta telah menerima segala kekurangan maupun kelebihan yang ada dalam dirinya. Skor depresi dalam penelitian ini termasuk kedalam kategori sangat rendah artinya subjek dalam penelitian ini masih dapat melakukan aktifitas sehari-hari seperti biasanya, tidak ada kendala yang secara signifikan mempengaruhi *activity daily life*, dan mood yang mudah berubah hanya bersifat sementara. Pembelian kompulsif berada di kategori sedang artinya subjek berada ditingkatan masih suka membeli *merch* namun frekuensinya berada didalam batas wajar.

F. Kelemahan Penelitian

Selama penelitian berlangsung telah ditemukan beberapa kelemahan, diantaranya :

1. Peneliti tidak mencantumkan jenis kelamin saat penyebaran skala.
2. Penyebaran responden yang luas mungkin mengakibatkan salah satu datanya menjadi tidak normal.
3. Penggunaan variabel depresi yang perlu lebih hati-hati ketika akan digunakan dalam penelitian dan perlunya pertimbangan mengenai alat ukur yang digunakan.
4. Peneliti tidak mencari suatu komunitas dengan penggemar yang memiliki depresi sehingga sulit membedakan apakah subjek dalam penelitian benar berada pada kategori depresi atau hanya perasaan

negatif biasa seperti stres.

5. Pernyataan aitem untuk alat ukur harga diri yang tidak spesifik sehingga tidak dapat mengukur harga diri secara tepat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Hipotesis pertama penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan antara harga diri dan depresi terhadap pembelian kompulsif pada penggemar K-Pop.
2. Hipotesis kedua pada penelitian ini ditolak, yaitu tidak terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan pembelian kompulsif pada penggemar K-Pop.
3. Hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan positif antara depresi dengan pembelian kompulsif pada penggemar K-Pop. Artinya semakin tinggi tingkat depresi individu maka semakin tinggi pula pembelian kompulsifnya dan sebaliknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah disimpulkan, peneliti memberikan beberapa saran diantaranya :

1. Bagi Penggemar K-Pop

Bagi penggemar K-Pop diharapkan mampu mempertahankan harga diri yang tinggi dengan cara tetap memandang diri secara positif, menerima segala kelebihan dan kekurangan yang ada dalam diri serta merasa puas dengan apa yang sudah dicapai hingga saat ini selain itu penggemar K-Pop juga perlu mengontrol keinginannya dalam membeli *merch* ketika sedang merasa tertekan agar tidak memberikan dampak yang buruk bagi dirinya sendiri.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Setiap penelitian tidak luput dari kekurangan, adapun peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya ialah :

- a. Diharapkan untuk dapat mencantumkan jenis kelamin agar dapat

melihat tingkat perbandingan antara laki-laki dan perempuan.

- b. Peneliti selanjutnya diharap membuat alat ukur harga diri secara spesifik sesuai kriteria subjek agar harga diri dapat diukur dengan tepat.
- c. Perlu banyak penelitian lanjutan mengenai hubungan antara depresi dengan perilaku pembelian kompulsif pada penggemar K-pop atau misalnya dengan mengaitkan dengan variabel yang lain seperti kecemasan, *self control*, fanatisme dan lain-lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2012a). *Penyusunan Skala Psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012b). *Reliabilitas dan Validitas* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Tes Prestasi* (II). Pustaka Pelajar.
- Baraba, G. S. (2020). Pengaruh Materialism Self Control dan Celebrity Worship Terhadap Pembelian Kompulsif pada Penggemar K-Pop d Jabodetabek. *SKRIPSI*.
- Beck, A. T., & Alford, B. A. (2013). Depression: Causes and Treatment. In *Depression, Second Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315824338>
- Black, D.W. Compulsive Buying Disorder. *Mol Diag Ther* **15**, 17–27 (2001). <https://doi.org/10.2165/00023210-200115010-00003>
- Calhoun, G., & Morse, W. C. (1977). SELF-CONCEPT AND SELF-ESTEEM ANOTHER PERSPECTIVE. *Psychology in the Schools*, July, 1977, Vol. 14, No. 3.
- d'Astous, A. (1990). An Inquiry into the Compulsive Side of "Normal" Consumers. *Journal of Consumer Policy* 13: 15--31, 1990.
- DeSarbo, W. S., & Edwards, E. A. (1996). Typologies of Compulsive Buying Behavior: A Constrained Clusterwise Regression Approach. *Journal of Consumer Psychology*, 5(3), 231–262.
- Dittmar, H., Long, K., & Bond, R. (2007). When a better self is only a button click away: Associations between materialistic values, emotional and identity-related buying motives, and compulsive buying tendency online. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26(3), 334–361.
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 4(313), 67–8
- Flynn, K. (2003). Self Esteem Theory and Measurement: A Critical Review. *A Journal of Feminist Theory and Culture*, 3(1).
- Hanley, A., & Wilhelm, M. S. (1991). kompulsif Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *University of Arizona, School of Family & Consumer Resources, Tucson, AZ 85721, USA*.
- Hidayat, K., & Bashori, K. (2016). *Psikologi sosial (aku, kami dan kita)*. Jakarta: Erlangga.
- Kim, M. E., & Ryoo, J. (2004). South Korean Culture Goes Global : K-Pop and The Korean Wave.

- Koh, Y., Tang, C., Gan, Y., & Kwon JY. (2020). Depressive symptoms and self-efficacy as mediators between life stress and compulsive buying : A cross-cultural comparison. *Journal of Addiction and Recovery Open*, 3(1), 0–7.
- Kojima, M., Furukawa, T. A., Takahashi, H., Kawai, M., Nagaya, T., & Tokudome, S. (2002). Cross-cultural validation of the Beck Depression Inventory-II in Japan. *Psychiatry Research*, 110(3), 291–299. [https://doi.org/10.1016/S0165-1781\(02\)00106-3](https://doi.org/10.1016/S0165-1781(02)00106-3)
- Krueger, D. W. (1988). On Compulsive Shopping and Spending: A Psychodynamic Inquiry. *AMERICAN JOURNAL OF PSYCHOTHERAPY*, Vol. XLII, No. 4, October 1988.
- Kwak, H., Zinkhan, G. M., & Crask, M. R. (2003). Diagnostic Screener for Compulsive Buying: Applications to the USA and South Korea. *Journal of Consumer Affairs*, 37(1), 161–169.
- Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive buying. *American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 248–253.
- Lubis, N. L. (2009). *Depresi Tinjauan Psikologis* (Pertama). KENCANA.
- Machdy, R. (2019). *Loving The Wounded Soul : Alasan dan Tujuan Depresi Hadir di Hidup Manusia*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Maraz, A., Brink, W. v., & Demetrovics, Z. (2015). Prevalence and construct validity of compulsive buying disorder in shopping mall visitors. *Psychiatry Research*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.psychres.2015.04.012>.
- Maslow, A. H. (1942). Self-esteem (dominance-feeling) and sexuality in women. *The Journal of Social Psychology*, 16(2), 259–294.
- Mueller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., Bleich, S., Glaesmer, H., Exner, C., & de Zwaan, M. (2010). Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry Research*, 180(2–3), 137–142. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2009.12.001>
- Müller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Cao, L., Johnson, J., Claes, L., & de Zwaan, M. (2012). Mood states preceding and following compulsive buying episodes: An ecological momentary assessment study. *Psychiatry Research*, 200(2–3), 575–580. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2012.04.015>
- Mulyono, K. B., & Rusdarti. (2020). How psychological factors boost compulsive buying behavior in digital era. *International Journal of Social Economics Vol. 47 No. 3, 2020 pp. 334-349*, 336.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial* (Jilid 2). Salemba Humanika. Penerjemah Aliya Tusyani

- Ningrum, R. P. (2012). *Hubungan Antara Self-Esteem Dengan Kecenderungan Body Dysmorphic Disorder Pada Remaja Putri*. [Universitas Airlangga]. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/106973>
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying : A Phenomenological Exploration. *JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH*. Vol. 16. September 1989.
- Otero-López, J. M., & Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, sociodemographic factors, psychological distress, and coping strategies, related to compulsive buying: a cross sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry* 14:101, 2.
- Putri, D. A. K. (2019). *Pengaruh Money Attitude Dan Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia
- Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global self-esteem and specific self-esteem : different concepts , different outcomeS Carmi Schooler Carrie Schoenbach Florence Rosenberg. *American Sociological Review*, 60(1), 141–156.
- Santrock, S. (2015). *Life span development*. New York: McGraw-Hill.
- Sarah, Y. (2020). Hubungan antara harga diri dan perilaku pembelian impulsif pada mahasiswi. *Skripsi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia*.
- Shaqilla, P. K. (2020). Hubungan Antara Subjective Well-Being dengan Compulsive Buying Behavior Pada Mahasiswa. *SKRIPSI Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Shanda, T., Hartati, S., & Fauziah, N. (2012). Hubungan Antara Self Esteem Dengan Penyesuaian Diri Pada Siswa Tahun Pertama SMA Krista Mitra Semarang. *Jurnal Empati* 1(1), 32.
- Silvera, D. H., Lavack, A. M., & Kropp, F. (2008). Impulse buying: The role of affect, social influence, and subjective wellbeing. *Journal of Consumer Marketing*, 25(1), 23–33. <https://doi.org/10.1108/07363760810845381>
- Smith, A. T., & Wedderburn, C. K. (2021). *Compulsive Buying : Consumer Traits, Self-regulation and Marketing Ethics*. Rowman & Littlefield.
- Solomon, S., Greenberg, J., & Pyszczynski, T. (1991). A Terror Management Theory of Social Behavior: The Psychological Functions of Self-Esteem and Cultural Worldviews BT - Advances in Experimental Social Psychology Volume 24. *Advances in Experimental Social Psychology Volume 24*, 24, 93–159.

- Sorayah. (2015). Uji validitas konstruk beck depression inventory-ii (BDI-II). *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.15408/jp3i.v4i1.9256>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Solomon, S., Greenberg, J., & Pyszczynski, T. (1991). A Terror Management Theory of Social Behavior: The Psychological Functions of Self-Esteem and Cultural Worldviews. *Advances in Experimental Social Psychology Volume 24*, 93-155. doi: 10.1016/s0065-2601(08)60328-7.
- Valence, Gilles; d'Astous, Alain; Fortier, Louis;. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy* 11, 419-433.
- Weinstein A, M. H. (2014). A study investigating the association between compulsive buying with measures of anxiety and obsessive-compulsive behavior among internet shoppers. *Comprehensive Psychiatry*.
- Yurchisin, J., & Johnson, K. K. (2004). Compulsive Buying Behavior and Its Relationship to Perceived Social Status Associated With Buying, Materialism, Self-Esteem, and Apparel-Product Involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol. 32, No. 3, March 2004 291-314, 297.
- Zhang Chenshu, B. S. (2016). Associations between compulsive buying and substance dependence/abuse, major depressive episodes, and generalized anxiety disorder among men and women. *JOURNAL OF ADDICTIVE DISEASES*. 2016, VOL. 0, NO. 0, 1-7. .

