

DAFTAR ISI

1. ABSTRAK	v
2. KATA PENGANTAR.....	vii
3. DAFTAR ISI.....	xi
4. DAFTAR TABEL.....	xiii
5. DAFTAR GAMBAR.....	xv
6. DAFTAR LAMPIRAN	xvi
7. BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Maksud Dan Tujuan.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
8. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Self Esteem.....	15
2.1.1 Pengertian <i>Self Esteem</i>	15
2.1.2 Karakteristik <i>Self Esteem</i>	17
2.1.3 Proses Pembentukan <i>Self Esteem</i>	17
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan <i>Self Esteem</i>	21
2.1.5 Komponen Self Esteem	24
2.1.6 Aspek-Aspek Dalam Self Esteem.....	30
2.1.7 Karakteristik individu dengan <i>self-esteem</i> tinggi atau rendah	31
2.1.8 Strategi Melindungi <i>Self-Esteem</i>	32
2.2. Perilaku Konsumtif	34
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	34
2.2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Perilaku Konsumtif	36
2.2.3. Perilaku Compulsive Buying.....	38
2.2.4. Karakteristik Compulsive Buying	41
2.3. Kerangka Pemikiran	42
2.3.2. Hipotesis	47
9. BAB III : METODE PENELITIAN.....	48
3.1. Metode Penelitian.....	48
3.1.1. Rancangan Penelitian	48
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian	48
3.3. Definisi Operasional.....	49
3.3.1. Self Esteem	49

3.3.2. Perilaku Compulsive Buying.....	50
3.4. Populasi Dan Sampel	52
3.4.1. Populasi	52
3.5. Alat Ukur.....	52
3.5.1. Alat Ukur Self Esteem.....	52
3.5.2. Alat Ukur Compulsive Buying.....	56
3.6 Uji Coba Alat Ukur	58
3.7 Uji Validitas Alat Ukur	58
3.8. Uji Reliabilitas Alat Ukur	61
3.9. Teknik Analisis Data.....	62
3.10. Perhitungan Median	66
3.11. Prosedur Penelitian.....	67
10. BAB IV : HASIL PEMBAHASAN.....	69
4.1. Hasil Penelitian	70
4.1.1. Skala Perhitungan Self Esteem.....	70
4.1.2. Skala Perhitungan Aspek-Aspek Self Esteem.....	71
4.1.3. Frekuensi dan Presentase Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	76
4.1.4. Uji Korelasi Rank Spearman <i>Self Esteem</i> dengan <i>Compulsive Buying</i>	85
4.1.5. Uji Korelasi Rank Spearman <i>Self Esteem</i> Aspek <i>Power</i> dengan <i>Compulsive Buying</i>	86
4.1.6. Uji Korelasi Rank Spearman antara <i>Self Esteem</i> Aspek <i>Significance</i> dengan <i>Compulsive Buying</i>	87
4.1.7. Uji Korelasi Rank Spearman antara <i>Self Esteem</i> Aspek <i>Virtue</i> dengan <i>Compulsive Buying</i> Anggota Komunitas Hansamo	88
4.1.8. Uji Korelasi Rank Spearman antara <i>Self Esteem</i> Aspek <i>Competence</i> dengan <i>Compulsive Buying</i> Anggota Komunitas Hansamo	88
4.1.9. Rangkuman Hasil Uji Korelasi Rank Spearman antara Aspek Self Esteem dengan <i>Compulsive Buying</i> Anggota Komunitas Hansamo.....	89
4.2. Pembahasan.....	90
11. BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
12. DAFTAR PUSTAKA.....	100
13. LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran	53
Tabel 3.2 Kisi-kisi alat ukur <i>Self Esteem</i>	54
Tabel 3.3 Skala Pengukuran	57
Tabel 3.4 Kisi-kisi alat ukur <i>Compulsive Buying</i>	57
Tabel 3.5 Pola ukur untuk menafsirkan tinggi rendahnya koefisien korelasi digunakan kriteria.....	65
Tabel 4.1 <i>Self Esteem</i> Anggota Komunitas Hansamo	70
Tabel 4.2 Aspek <i>Power</i> Komunitas Hansamo.....	71
Tabel 4.3 Aspek <i>Significance</i> Komunitas Hansamo	72
Tabel 4.4 Aspek <i>Virtue</i> Komunitas Hansamo	73
Tabel 4.5 Aspek <i>Competence</i> Komunitas Hansamo	74
Tabel 4.6 Rekapitulasi Aspek-Aspek <i>Self Esteem</i>	75
Tabel 4.7 Perilaku <i>Compulsive Buying</i> Anggota Komunitas Hansamo	77
Tabel 4.8 Ketidakmampuan mengontrol dorongan yang muncul	78
Tabel 4.9 <i>stress</i> terhadap pemikiran orang lain tentang perilaku belanjanya.....	79
Tabel 4.10 Adanya ketegangan yang dirasakan saat tidak berbelanja	81
Tabel 4.11 Merasa bahagia atau senang ketika melakukan pembelian.....	82
Tabel 4.12 Penggunaan uang secara irasional	83
Tabel 4.13 Rekapitulasi indikator <i>Compulsive Buying</i>	84

Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman antara <i>Self Esteem</i> dengan <i>compulsive buying</i> Anggota Komunitas Hansamo	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman antara <i>Self Esteem</i> Aspek <i>Power</i> dengan <i>Compulsive Buying</i> Anggota Komunitas Hansamo	86
Tabel 4.16 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman antara <i>Self Esteem</i> Aspek <i>Significance</i> dengan <i>Compulsive Buying</i> Anggota Komunitas Hansamo	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman antara <i>Self Esteem</i> Aspek <i>Virtue</i> dengan <i>compulsive buying</i> anggota Komunitas Hansamo	88
Tabel 4.18 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman antara <i>Self Esteem</i> Aspek <i>Competence</i> dengan <i>Compulsive Buying</i> anggota Komunitas Hansamo	88
Tabel 4.19 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman antara Aspek-aspek <i>Self Esteem</i> dengan <i>Compulsive Buying</i> Anggota Komunitas Hansamo	89

DAFTAR DIAGRAM

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran	46
Gambar 4.1 <i>Self Esteem</i> Anggota Komunitas Hansamo	70
Gambar 4.2 Aspek <i>Power</i> Komunitas Hansamo	72
Gambar 4.3 Aspek <i>Signifikance</i> Komunitas Hansamo.....	73
Gambar 4.4 Aspek <i>Virtue</i> Komunitas Hansamo	74
Gambar 4.5 Aspek <i>Competence</i> Komunitas Hansamo	75
Gambar 4.6 Rekapitulasi Aspek-Aspek <i>Self Esteem</i>	76
Gambar 4.7 Perilaku <i>Compulsive Buying</i> Anggota Komunitas Hansamo.....	77
Gambar 4.8 Ketidakmampuan mengontrol dorongan yang muncul.....	78
Gambar 4.9 <i>stress</i> terhadap pemikiran orang lain tentang perilaku belanjanya.....	80
Gambar 4.10 Adanya ketegangan yang dirasakan saat tidak berbelanja	81
Gambar 4.11 Merasa bahagia atau senang ketika melakukan pembelian	82
Gambar 4.12 Penggunaan uang secara irasional	83
Gambar 4.13 Rekapitulasi indikator <i>Compulsive Buying</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	106
Lampiran 2	110
Lampiran 3	116
Lampiran 4	103
Lampiran 5	112
Lampiran 6	116

