

**PENGARUH NARSISME TERHADAP *COMPULSIVE BUYING*
DENGAN MATERIALISME SEBAGAI VARIABEL
MEDIATOR PADA PEREMPUAN GENERASI Z
SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1)

Psikologi (S. Psi)



Binti Isrofatun Nadhiroh

J71219050

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Narsisme terhadap *Compulsive Buying* dengan Materialisme Sebagai Variabel Mediator Pada Perempuan Generasi Z” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang sepengetahuan saya, tidak terdapat karya dan pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 25 April 2023



Binti Isrofatun Nadhiroh

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Pengaruh Narsisme terhadap *Compulsive Buying* dengan Materialisme Sebagai
Variabel Mediator Pada Perempuan Generasi Z**

Oleh :

Binti Isrofatun Nadhiroh

NIM : J71219050

Telah diajukan pada Sidang Ujian Skripsi

Surabaya, Mei 2023

Dosen Pembimbing



Sofya Belgies, M.Psi, Psikolog

NIP. 197609222009122001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**Pengaruh Narsisme terhadap *Compulsive Buying* dengan Materialisme
Sebagai Variabel Mediator Pada Perempuan Generasi Z**

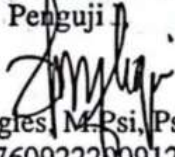
Yang disusun oleh :
Binti Isrofatun Nadhiroh
J71219050

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada Tanggal 29 Mei 2023

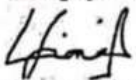


Susunan Tim Penguji

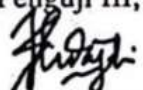
Penguji I,


Soffy Balgres, M.Psi, Psikolog
NIP. 197609222909122001

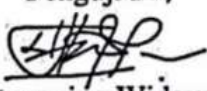
Penguji II,


Dr. Lufiana Harnany Utami, S.Pd, M.Si
NIP.197602272009122001

Penguji III,


Sri Hidayati, M.Kes
NIP.198201252014032001

Penguji IV,


Linda Prasetnyaning Widayanti, M.Kes
NIP.198704172014032002

PERNYATAAN PUBLIKASI



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Binti Isrofatun Nadhiroh
NIM : J71219050
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan/Psikologi
E-mail address : isrofatunbinti@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Narsisme terhadap *Compulsive Buying* dengan Materialisme Sebagai Variabel
Mediator Pada Perempuan Generasi Z

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 April 2023

Penulis

(Binti Isrofatun Nadhiroh)

INTISARI

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh narsisme terhadap *compulsive buying* dengan materialisme sebagai variabel mediator pada perempuan generasi z. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Jumlah responden adalah 150 perempuan generasi z. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, dengan pemilihan sampel sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dalam bentuk google form dan terdiri dari tiga skala, yaitu skala *Compulsive Buying* yang disusun berdasarkan aspek-aspek Edward, skala Narsisme yang disusun berdasarkan Arckman, dan skala materialisme yang disusun berdasarkan aspek-aspek Richins dan Dawson. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *path analysis* dengan bantuan IMB SPSS 25.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh narsisme terhadap *compulsive buying* dengan di mediator oleh materialisme dengan nilai pengaruh tanpa melalui variabel mediator sebesar 0,235 dan nilai pengaruh melalui variabel mediator sebesar 0,329 dengan nilai t hitung sebesar 6.1916505, sedangkan nilai t tabel dari *alpha* 0.05 sebesar 1,96723, sehingga dapat diketahui bahwa nilai t tabel < t hitung.

Kanta Kunci : *Narsisme, Materialisme, Pembelian Kompulsif*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of narcissism on compulsive buying with materialism as a mediator variable in generation z women. This research is a correlational quantitative research. The number of respondents is 150 women of generation z. The sampling technique in this study used purposive sampling, with the selection of samples according to the required criteria. The data collection technique in this study used a questionnaire in the form of a google form and consisted of three scales, namely the Compulsive Buying scale which was compiled based on Edward's aspects, the Narcissism scale which was compiled based on Arckman, and the materialism scale which was compiled based on Richins and Dawson's aspects. The data analysis technique in this study used path analysis with the help of IMB SPSS 25.0 for windows. The results showed that there was an effect of narcissism on compulsive buying mediated by materialism with an influence value without going through a mediator variable of 0.235 and an influence value through a mediator variable of 0.329 with a t-count value of 6.1916505, while the t-table value of alpha 0.05 was 1.96723 , so it can be seen that the value of $t_{table} < t_{count}$.

Keywords : *Narcissism, Materialism, Compulsive Buying*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
INTISARI.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Keaslian Penelitian.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	11
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. <i>Compulsive Buying</i>	14
1. Pengertian <i>Compulsive Buying</i>	14
2. Aspek-aspek <i>Compulsive Buying</i>	16
3. Faktor-faktor <i>Compulsive Buying</i>	17
B. Narsisme.....	23
1. Definisi Narsisme	23
2. Karakteristik Narsisme	25
3. Faktor-faktor Narsisme.....	27
C. Materialisme.....	28
1. Definisi Materialisme	28

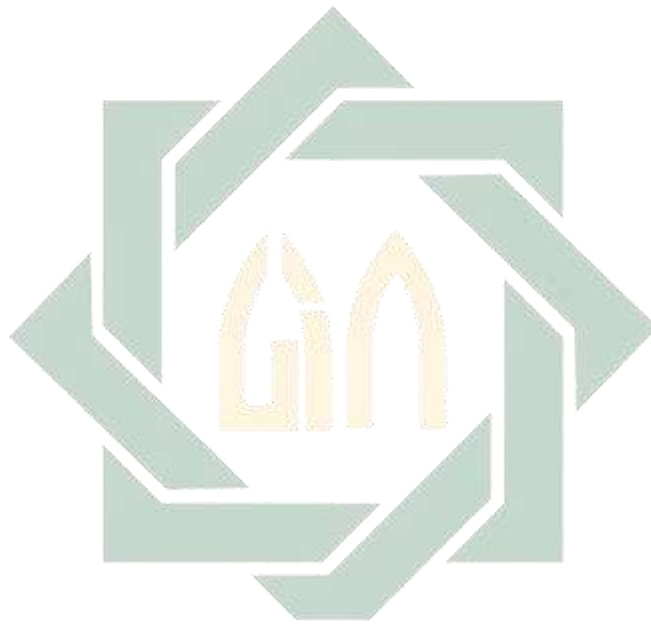
2. Aspek-aspek Materialisme	29
3. Faktor-faktor Materialisme.....	31
D. Hubungan antar Variabel	32
E. Kerangka Teoritik	35
F. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Rancangan Penelitian	37
B. Identifikasi Variabel.....	37
C. Definisi Konseptual.....	38
D. Definisi Operasional.....	38
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	39
1. Populasi.....	39
3. Teknik Pengambilan Data.....	41
F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Hasil	54
1. Merencanakan dan Melaksanakan Penelitian.....	54
2. Deskripsi Hasil Penelitian	55
B. Pengujian Hipotesis.....	61
1. Uji Asumsi Klasik	61
2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	64
3. Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	68
4. Uji Hipotesis	69
C. Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR ISI.....	83
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert	42
Tabel 3. 2 Blue Print Skala Compulsive Buying	42
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Skala Compulsive Buying	43
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Skala Compulsive Buying	44
Tabel 3. 5 Blue Print Skala Narsisme	45
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Skala Narsisme	46
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Skala Narsisme	46
Tabel 3. 8 Blue Print Skala Materialisme	47
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Skala Materialisme	48
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Skala Narsisme	49
Tabel 4. 1 Rentang Usia	55
Tabel 4. 2 Pekerjaan	56
Tabel 4. 3 Pendapatan/Uang Saku Bulanan	56
Tabel 4. 4 Latar Belakang Pendidikan	57
Tabel 4. 5 Domisili	57
Tabel 4. 6 Barang yang Sering Dibeli	59
Tabel 4. 7 Pedoman Hasil Pengukuran	59
Tabel 4. 8 Kategorisasi Narsisme	60
Tabel 4. 9 Kategorisasi Materialisme	60
Tabel 4. 10 Kategorisasi Compulsive Buying	61
Tabel 4. 11 Uji Normalitas Persamaan I	62
Tabel 4. 12 Uji Normalitas Persamaan II	62
Tabel 4. 13 Uji Linieritas	63
Tabel 4. 14 Hasil Analisa Regresi Persamaan I	64
Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linier Persamaan II	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	36
Gambar 4. 1 Model Analisa Jalur (Path Analysis).....	67



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen	90
Lampiran 2 Data Skala Compulsive Buying.....	93
Lampiran 3 Data Skala Compulsive Buying.....	97
Lampiran 4 Data Skala Materialisme.....	101
Lampiran 5 Validitas Compulsive Buying.....	105
Lampiran 6 Validitas Narsisme.....	106
Lampiran 7 Validitas Materialisme.....	108
Lampiran 8 Reliabilitas Compulsive Buying.....	109
Lampiran 9 Reliabilitas Narsisme.....	109
Lampiran 10 Reliabilitas Materialisme.....	109
Lampiran 11 Uji Normalitas	110
Lampiran 12 Uji Linieritas.....	110
Lampiran 13 Uji Regresi untuk Analysis Path.....	111
Lampiran 14 Daftar Tabel t.....	113



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

- Ackerman, R. A., Witt, E. A., Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Robins, R. W., & Kashy, D. A. (2011). What Does the Narcissistic Personality Inventory Really Measure? *Assessment*, 18(1), 67–87. <https://doi.org/10.1177/1073191110382845>
- Adamczyk, G. (2021). Compulsive and compensative buying among online shoppers: An empirical study. *PLOS ONE*, 16(6), e0252563. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0252563>
- Alamanda, Y. (2018). The effect of self-esteem and lifestyle on consumptive behavior in students of the faculty of economics and business. *Psikoborneo*, 6(2), 410–419.
- Alqurianisha, J., Murdiyani, H., & Poerwanto, A. (2019). *Hubungan Antara Peranan Keluarga Dan Materialisme Dengan Perilaku Compulsive Buying Online Pada Remaja di Wilayah Kecamatan Bulak*. <https://m.bisnis.com/teknologi/read/20190228/101/894799/setahun-jumlah->
- Ambarwati, Y., & Safitri, R. M. (2011). *Hubungan Antara Kepribadian Narsistik Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Yogyakarta* (Vol. 2, Issue 2).
- Anggriani, R., Abdurrahman, A., Ibrahim, I. D. K., & Faizal, R. B. (2021). Pengaruh Sifat Materialisme terhadap Perilaku Impulsive Buying dan Kecenderungan Compulsive Buying Pada Remaja di Kota Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 109–118. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1317>
- Anggriani, R., & Athar, H. S. (2017). Pengaruh Sifat Materialisme, Motivasi Hedonik Terhadap Impulsive Buying Dan Kecenderungan Compulsive Buying Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *JMM UNRAM - Master Of Management Journal*, 6(2). <https://doi.org/10.29303/jmm.v6i2.107>
- Arikunto, S. (2005). *Prosedur Penelitian*. Penerbit Citra.
- Aspari, F. (2012). Hubungan antara kecenderungan narsisme dengan minat membeli kosmetik merek asing pada pria metroseksual. *Jurnal Talenta Psikologi*, 1(2).
- Aspirasi, F. (2012). Hubungan antara kecenderungan narsisme dengan minat membeli kosmetik merek asing pada pria metroseksual. *Talenta*, 1(2).
- Azwar, S. (2009). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2005). Exploding the Self-Esteem Myth. *Scientific American*, 292(1), 84–91. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican0105-84>
- Belk, R. W. (1985). Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265. <https://doi.org/10.1086/208515>
- Belk, R. W. (1995). *Collecting in a Consumer Society*. Routledge

- Black, D. W. (2001). Compulsive Buying Disorder. *CNS Drugs*, *15*(1), 17–27. <https://doi.org/10.2165/00023210-200115010-00003>
- Cai, H., Shi, Y., Fang, X., & Luo, Y. L. L. (2015). Narcissism predicts impulsive buying: phenotypic and genetic evidence. *Frontiers in Psychology*, *6*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00881>
- Campbell, W. K., Goodie, A. S., & Foster, J. D. (2004). Narcissism, confidence, and risk attitude. *Journal of Behavioral Decision Making*, *17*(4), 297–311. <https://doi.org/10.1002/bdm.475>
- Cisek, S. Z., Sedikides, C., Hart, C. M., Godwin, H. J., Benson, V., & Liversedge, S. P. (2014). Narcissism and consumer behaviour: a review and preliminary findings. *Frontiers in Psychology*, *5*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00232>
- Cohen, S., & Herbert, T. B. (1996). HEALTH PSYCHOLOGY: Psychological Factors and Physical Disease from the Perspective of Human Psychoneuroimmunology. *Annual Review of Psychology*, *47*(1), 113–142. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.47.1.113>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Approaches*. Sage Publication.
- d’Astous, A. (1990). An inquiry into the compulsive side of “normal” consumers. *Journal of Consumer Policy*, *13*(1), 15–31. <https://doi.org/10.1007/BF00411867>
- Dittmar, H. (2005). A New Look at “Compulsive Buying”: Self–Discrepancies and Materialistic Values as Predictors of Compulsive Buying Tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *24*(6), 832–859. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.6.832>
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1995). Gender identity and material symbols: Objects and decision considerations in impulse purchases. *Journal of Economic Psychology*, *16*(3), 491–511. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(95\)00023-H](https://doi.org/10.1016/0167-4870(95)00023-H)
- Dittmar, H., & Drury, J. (2000). Self-image – is it in the bag? A qualitative comparison between “ordinary” and “excessive” consumers. *Journal of Economic Psychology*, *21*(2), 109–142. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(99\)00039-2](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(99)00039-2)
- Donnelly, G., Ksendzova, M., & Howell, R. T. (2013). Sadness, identity, and plastic in over-shopping: The interplay of materialism, poor credit management, and emotional buying motives in predicting compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, *39*, 113–125. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.07.006>
- Dwiastuti, Y. K. (2018). Hubungan antara Materialisme dan kecenderungan impulsive buying konsumen dewasa awal pada produk fashion. *Skripsi, Santa Dharma 7University*.
- Edwards, E. A. (1993). *Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior*.

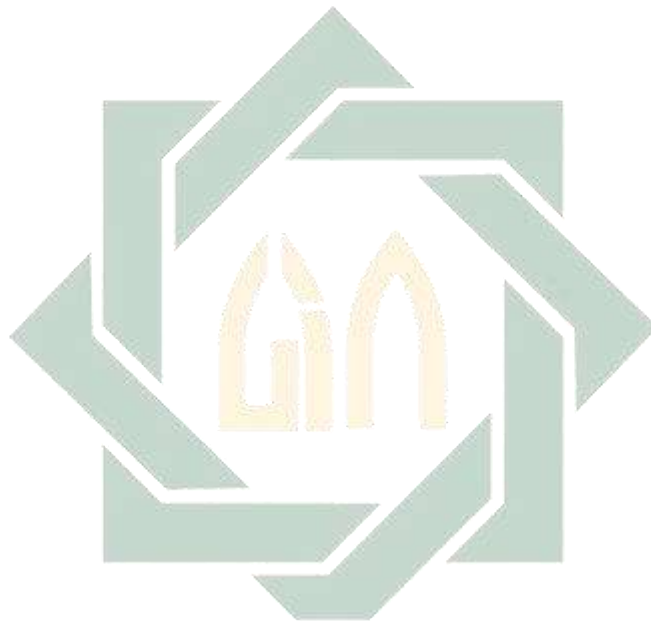
- Faber, R. J. (2004). Self control and compulsive buying. *Psychology and Consumer Culture: The Struggle for a Good Life in Materialistic World*, 169–187.
- Faber, R. J., & O’Guinn, T. C. (1988). Compulsive consumption and credit abuse. *Journal of Consumer Policy*, 11(1), 97–109. <https://doi.org/10.1007/BF00411522>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gosling, S. D., Augustine, A. A., Vazire, S., Holtzman, N., & Gaddis, S. (2011). Manifestations of Personality in Online Social Networks: Self-Reported Facebook-Related Behaviors and Observable Profile Information. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(9), 483–488. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0087>
- Hamanda. (2008). Attachment Style pada Wanita yang Mengalami Shopping Addiction. *Skripsi, Universitas Indonesia*.
- He, J., Ford, H. C., Carroll, J., Douglas, C., Gonzales, E., Ding, S., Fearnley, I. M., & Walker, J. E. (2018). Assembly of the membrane domain of ATP synthase in human mitochondria. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(12), 2988–2993. <https://doi.org/10.1073/pnas.1722086115>
- Hsieh, F. Y., & Liu, A. A. (1990). Adequacy of sample size in health studies. Stanley Lemeshow, David W. Hosmer Jr., Janelle Klar and Stephen K. Lwanga published on behalf of WHO by Wiley, Chichester, 1990. No. of pages: xii + 233. Price: £D17.50. *Statistics in Medicine*, 9(11), 1382–1382. <https://doi.org/10.1002/sim.4780091115>
- Husna, A. N. (2015). Orientasi hidup materialistik dan kesejahteraan psikologis. *Makalah Seminar Psikologi Dan Kemanusiaan*, 7–14.
- Iwayanti, A. S. (2021). Analisis Tingkat Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 391–396.
- Kadek, N., & Diantari, Y. (2021). *Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast Fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar)* (Vol. 1).
- Kasser, T. (2002). *The high price of materialism*. MIT Press.
- Kasser, T., & Ryan, R. M. (1996). Further Examining the American Dream: Differential Correlates of Intrinsic and Extrinsic Goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 280–287. <https://doi.org/10.1177/0146167296223006>
- Kwak, H., Zinkhan, G. M., & DeLorme, D. E. (2002). Effects of Compulsive Buying Tendencies on Attitudes toward Advertising: The Moderating Role of Exposure to TV Commercials and TV Shows. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 24(2), 17–32. <https://doi.org/10.1080/10641734.2002.10505132>
- Lee, S. Y., & Seidle, R. (2012). Narcissists as Consumers: The Effects of Perceived Scarcity on Processing of Product Information. *Social*

- Behavior and Personality: An International Journal*, 40(9), 1485–1499. <https://doi.org/10.2224/sbp.2012.40.9.1485>
- Lee, S.-H., & Workman, J. E. (2015). Compulsive buying and branding phenomena. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 1(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s40852-015-0004-x>
- Lemoshow, S., Hosmer Jr, D. W., & Klar, J. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Willey & Sons.
- Lesmana, T., Mar'at, S., & Risnawati, W. (2017). Application of CBT in Coping with Compulsive Buying on Online Shopping by Young Adult Woman. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(1), 65. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.336>
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Miller, J. D., & Campbell, W. K. (2008). Comparing Clinical and Social-Personality Conceptualizations of Narcissism. *Journal of Personality*, 76(3), 449–476. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2008.00492.x>
- Miller, J. M. (2009). *21st Century Criminology: A reference Handbook*. University of North Florida.
- Moran, B., & Kwak, L. E. (2015). Effect of stress, materialism and external stimuli on online impulsive buying. *Jurnal of Research for Consumers*, 27, 8–12.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (5th ed., Vol. 1). Penerbit Erlangga.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (D. K. Yahya, Ed.; 2nd ed.). Erlangga.
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Windows* (D. N. Hidayat, Ed.; 2nd ed.). Zifatama Jawa.
- Mulyono, K. B., & Rusdarti. (2020a). How psychological factors boost compulsive buying behavior in digital era: A case study of Indonesian students. *International Journal of Social Economics*, 47(3), 334–349. <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2019-0652>
- Mulyono, K. B., & Rusdarti, R. (2020b). How psychological factors boost compulsive buying behavior in digital era. *International Journal of Social Economics*, 47(3), 334–349. <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2019-0652>
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Norum, P. S. (2008). The role of time preference and credit card usage in compulsive buying behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 32(3), 269–275. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2008.00678.x>
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147. <https://doi.org/10.1086/209204>
- Penelitian Sosial Keagamaan, J., Nilai Materialisme dalam Pembentukan Perilaku Konsumeristik di Kalangan Masyarakat Perkotaan Banda Aceh, K., & Syamsul Rijal, dan. (2019). *Crystallization of the Value of Materialism in the Formation of Consumeristic Behavior among the*

- Banda Aceh Urban Communities*. 34(1), 60–80. <https://doi.org/10.30631/kontekstualita.v34i1.166>
- Pilch, I., & Górnik-Durose, M. E. (2017). Grandiose and Vulnerable Narcissism, Materialism, Money Attitudes, and Consumption Preferences. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 151(2), 185–206. <https://doi.org/10.1080/00223980.2016.1252707>
- Pincus, A. L., & Lukowitsky, M. R. (2010). Pathological Narcissism and Narcissistic Personality Disorder. *Annual Review of Clinical Psychology*, 6(1), 421–446. <https://doi.org/10.1146/annurev.clinpsy.121208.131215>
- Prajatami, A. T., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2018). Hubungan antara kecenderungan narsistik dan financial literacy dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Wacana*, 10(2), 1–13.
- Prima, O. :, & Mayasari, N.-I. (2008). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Siswa SMA Dalam Perilaku Pembelian Kompulsive : Perspektif Psikologi*.
- Ramadhan, A. F., & Simanjuntak, M. (2018). Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(3), 243–254. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.243>
- Rangkuti, Fitri, E., & Merdiawan, O. (2015). Hubungan antara self-esteem dengan perilaku compulsive buying pada remaja anggota hansamol. *Psikologi*, 2, 23–30.
- Ranni, Y. A., & Safitri, M. (2011). Hubungan antara kepribadian narsistik dengan perilaku konsumtif pada remaja di Yogyakarta. *Jurnal Sosiohumaniora*, 2(2).
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303. <https://doi.org/10.1086/209304>
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An Expanded Conceptualization and a New Measure of Compulsive Buying. *Journal of Consumer Research*, 35(4), 622–639. <https://doi.org/10.1086/591108>
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur): Lengkap dengan Contoh Tesis dan Perhitungan SPSS 17.0*. Alfabeta.
- Roberts, B. W., & Robins, R. W. (2000). Broad Dispositions, Broad Aspirations: The Intersection of Personality Traits and Major Life Goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(10), 1284–1296. <https://doi.org/10.1177/0146167200262009>
- Rose, P. (2007). Mediators of the Association Between Narcissism and Compulsive Buying: The Roles of Materialism and Impulse Control.

- Psychology of Addictive Behaviors*, 21(4), 576–581.
<https://doi.org/10.1037/0893-164X.21.4.576>
- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(3), 231–242.
<https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.231>
- Saputri, G. A. (2016). Hubungan kepribadian narsistik dan compulsive buying pada masa emerging adulthood. *Skripsi, Universitas Brawijaya*.
- Scherhorn, G. (1990). The additive trait in buying behavior. *Journal of Consumer Policy*, 13(1).
- Schiffman, L. G. (2007). *Perilaku Konsumen* (Ketujuh). PT Indeks.
- Sedikides, C., Gregg, A. P., Cisek, S., & Hart, C. M. (2007). The I That Buys: Narcissists as Consumers. *Journal of Consumer Psychology*, 17(4), 254–257. [https://doi.org/10.1016/S1057-7408\(07\)70035-9](https://doi.org/10.1016/S1057-7408(07)70035-9)
- Sedikides, C., Rudich, E. A., Gregg, A. P., Kumashiro, M., & Rusbult, C. (2004). Are normal narcissists psychologically healthy?: Self-esteem matters. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(3), 400–416.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.3.400>
- Setiono, D. P., & Dwiyantri, R. (2020). The Effect Of Self Esteem Towards Consumptive Behaviour In X University Students. *Psycho Idea*, 18(2), 190. <https://doi.org/10.30595/psychoidea.v18i2.6863>
- Siregar, R. G. (2020). Studi pustaka faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian harga, promosi, kepercayaan, citra merek dan kualitas produk pada toko online. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 560–572.
- Spinella, M., Lester, D., & Yang, B. (2015). Compulsive buying tendency. *Psychological Reports: Disability & Trauma*, 649–655.
- Sudarmanto, R. G. (2004). *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Velov, B., Gojkovic, V., & Djuric, V. (2014). Materialism, narcissism and the attitude towards conspicuous consumption. *Psihologija*, 47(1), 113–129.
<https://doi.org/10.2298/PSI1401113V>
- Virly, N., & Balgies, S. (2023). Self Esteem Dengan Online Compulsive Buying Produk Fashion Pada Konsumen Perempuan. *Jurnal Psycho Aksara*, 1(1).
- Walenta, W., Elgeka, H. W. S., & Tjahjoanggoro, A. J. (2022). Narsisisme dan Harga Diri Perempuan Generasi Z terhadap Pembelian Kompulsif. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 8(1), 18.
<https://doi.org/10.22146/gamajop.66627>
- Wardani, I. K., Sumaryanti, I. U., Psikologi, P., & Psikologi, F. (2019). Prosiding Psikologi Hubungan Materialisme dan Compulsive Buying pada Mahasiswa di Kota Bandung The Relation of Materialism and compulsive buying to Students in Bandung City. *Prosiding Psikologi*, 5(2), 670–676.

- Wardani, L. K., & Sumaryanti, I. U. (2019). Hubungan materialisme dan compulsive buying pada mahasiswa di kota bandung. *Jurnal Prosiding Psikologi*, 5(2).
- Zerach, G. (2016). The Mediating Role of Emptiness and Materialism in the Association Between Pathological Narcissism and Compulsive Buying. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(4), 424–437. <https://doi.org/10.1007/s11469-015-9591-9>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A