

PENGARUH *COMPULSIVE BUYING* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL BEING* PADA GENERASI Z PENGGEAR K-POP

Qismila Violentin Anggraini¹, Deni Santi Patiwi²

RINGKASAN

Compulsive buying dapat diartikan sebagai pembelian barang secara berlebihan. *compulsive buying* ini dipengaruhi oleh adanya keinginan gen Z untuk terus melakukan pembelian berulang hingga menyebabkan dampak pada kehidupan sosialnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan skala *Likert* menggunakan Skala *Compulsive Buying* yang telah diadaptasi oleh Athiyah Dwi Pasya (2023) dan menggunakan Skala *Psychological well being* yang dimana peneliti melakukan konstruksi menggunakan dimensi milik Ryff dan Kayes (1995). Dengan populasi diantaranya generasi Z yang merupakan generasi antara 1997 – 2012 dan penggemar K-POP. Hipotesis sementara dari penelitian ini adalah Hipotesis Negatif. Berdasarkan analisis uji regresi bahwa terdapat pengaruh antara *compulsive buying* terhadap dimensi Penerimaan diri dan pengembangan diri. Subjek dari Penelitian ini adalah 212 partisipan dengan pengambilan data menggunakan *Purposive sampling*. Pada Uji Regresi Linier Sederhana ditemukan bahwa *Compulsive buying* berpengaruh terhadap dimensi penerimaan diri dengan sig .021 dan pengembangan diri dengan nilai sig. .027 dan terdapat dimensi tujuan hidup, hubungan positif dengan orang lain, penguasaan lingkungan dan otonomi yang tidak berpengaruh terhadap *compulsive buying*.

Kata kunci :Penggemar, *Psychological well being*, pembelian kompulsif

¹ Mahasiswa Program Studi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Program Studi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

THE EFFECT OF COMPULSIVE BUYING ON PSYCHOLOGICAL WELL BEING OF GENERATION Z K-POP FANS

Qismila Violentin Anggraini¹, Deni Santi Patiwi²

ABSTRACT

Compulsive buying can be interpreted as excessive purchase of goods. compulsive buying is influenced by the desire of gen Z to continue to make repeated purchases that cause an impact on their social life. This study uses quantitative method with a Likert scale using the Compulsive Buying Scale which has been adapted by Athiyah Dwi Pasya (2023) and uses the Psychological well being Scale which researchers construct using Ryff and Kayes' (1995) dimensions. With the population including generation Z which is the generation between 1997 - 2012 and K-POP fans. The provisional hypothesis of this study is the Negative Hypothesis. Based on the regression test analysis, there is an influence between compulsive buying on the dimensions of self-acceptance and self-development. The subjects of this study were 212 participants with data collection using purposive sampling. The Simple Linear Regression Test found that Compulsive buying affects the dimensions of self-acceptance with a sig of .021 and self-development with a sig value. .027 and there are dimensions of life purpose, positive relationships with others, environmental control and autonomy that have no effect on compulsive buying.

Keywords: fans, psychological well-being, Compulsive Buying.

¹ Students of Psychology Study Program (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Lecturer of Psychology Study Program (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta