

CREDIT CARDS  
- COMPULSIVE  
ADLN - Perpustakaan Air

**PENGARUH ORIENTASI FASHION TERHADAP  
PENGUNAAN KARTU KREDIT DAN PEMBELIAN  
KOMPULSIF PADA PENGUNJUNG DEPARTEMENT STORE  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

B.173/08  
Hamid  
P

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH:  
NUR HAMIDAH  
No Pokok:040317891**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2008**

UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
Nur Hamidah  
YA

Skripsi

Pengaruh orientasi fashion terhadap penggunaan

## ABSTRAK

Bisnis ritel yang terus berkembang pesat adalah reaksi atas tingginya tingkat konsumsi di masyarakat. Hal ini didukung dengan gencarnya pemasar dalam memasarkan produk-produk kartu kredit yang dapat mempermudah pembiayaan konsumsi. Adanya kemudahan-kemudahan inilah yang dapat memacu terjadinya pembelian kompulsif (*compulsive buying*). Pembelian kompulsif dianggap sebagai sisi negatif dari tindakan konsumsi, dimana konsumen melakukan pembelian produk ataupun jasa secara berulang-ulang dan melebihi batas, sehingga tanpa disadari dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain. Pembelian kompulsif sering dikaitkan dengan ketergantungan dengan alkohol dan penjudi. Namun juga dapat dikaitkan dengan konsumen yang berorientasi terhadap fashion (*fashion orientation*) serta penggunaan kartu kredit yang berlebihan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi fashion (*fashion orientation*) terhadap pembelian kompulsif (*compulsive buying*), pengaruh orientasi fashion (*fashion orientation*) terhadap penggunaan kartu kredit dan pengaruh penggunaan kartu kredit (*credit card use*) terhadap pembelian kompulsif pada pengunjung *departement store* di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis jalur (*PATH ANALYSIS*) dengan menggunakan program AMOS 5.0 sebagai alat analisis.

Pembuktian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan MLE (*Maximum Likelihood Estimation*). Prosedur ini dapat mengestimasi koefisien-koefisien sejumlah persamaan struktural linier yang mewakili hubungan sebab akibat yang dihipotesiskan. Hasilnya menunjukkan bahwa orientasi fashion tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian kompulsif, namun berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit. Sedangkan penggunaan kartu kredit diketahui juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembelian kompulsif.

Kata kunci : *compulsive buying, fashion orientation, credit card.*