

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan meneliti pola pembelian pada konsumen yang memiliki perilaku *compulsive buying*, dimana konsumen ini memiliki perilaku *compulsive* dalam pembelian barang-barang mewah terutama berlian, dalam penelitian ini juga meneliti disonansi kognitif yang dirasakan oleh pelaku setelah melakukan pembelian berlian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *deep-interview* dalam mengorek informasi dari para pelaku. Penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku *compulsive buying* lebih banyak termotivasi oleh faktor afektif begitu pula dasar pengambilan keputusan dalam pembelian, semua informan memiliki rasa bersalah atas perilakunya, akan tetapi perasaan bersalah mereka kalah dengan hasrat untuk mengulang perilaku pembelian mereka

Kata kunci: *compulsive buying*, proses pengambilan keputusan, keputusan afektif

