

Hubungan *Self Esteem* Dengan Kecenderungan *Kompulsif Buying* Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babalan

Asiah¹, Dilla Rafida Zahra², Erwita Ika Violina³, Rafael Lisinus Ginting⁴

Email: mamadzaki@unimed.ac.id¹, dillarafidaz@gmail.com²,

erwitaika@unimed.ac.id³, rafaellisinus@unimed.ac.id⁴

Universitas Negeri Medan^{1,2,3,4}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self esteem* dengan kecenderungan *kompulsif buying* pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babalan. Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari 135 peserta didik yang duduk di kelas XI di SMA Negeri 1 Babalan dengan menggunakan *random sampling*. Metode pengumpulan data ini menggunakan uji analisis korelasi *pearson product moment*. Hasil analisis data menunjukkan uji normalitas dengan nilai sebesar 0,200 yang berarti data berdistribusi normal, uji linearitas dengan nilai *sig deviation from linearity* sebesar 0,997 yang berarti terdapat hubungan yang linear antar variabel dan uji korelasi sebesar -0,415 dengan signifikan ($P/0,001$) maka dapat diambil kesimpulan bahwa adanya hubungan negatif antara *self esteem* dengan kecenderungan *kompulsif buying* pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babalan dengan kategori hubungan sedang. Dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata kunci: *Self Esteem*; Kecenderungan *Kompulsif Buying*.

Abstract

This study aims to determine the relationship between Self Esteem and Compulsive Buying Tendencies in Class XI Students of SMA Negeri 1 Babalan. This approach uses a correlational quantitative approach. Subjects in this study consisted of 135 students who were in grade XI at SMA Negeri 1 Babalan using random sampling. This data collection method uses Pearson product moment correlation analysis test. The results of data analysis show a normality test with a value of 0.200 which means the data is normally distributed, a linearity test with a sig deviation from linearity value of 0.997 which means there is a linear relationship between variables and a correlation test of -0.415 with a significant ($P / 0.001$), it can be concluded that there is a negative relationship between self esteem and compulsive buying tendencies in class XI students of SMA Negeri 1 Babalan with a moderate relationship category. In other words, the hypothesis in this study is accepted.

Keywords : *Self Esteem ; Compulsive Buying Tendency*

PENDAHULUAN

Aktivitas membeli atau berbelanja merupakan kegiatan pokok yang lazim dilakukan setiap individu sebagai kegiatan pemenuhan kebutuhan manusia namun kebiasaan membeli sesuatu yang berlebihan dan tidak terkendali tersebut dilakukan secara berulang. Berdasarkan analisis

bibliometrika dengan unit analisis kata kunci *compulsive buying* dan *compulsions* menggunakan piranti lunak *Publish or Perish, Mendeley, dan VOSViewer*, hasil pemetaan menunjukkan bahwa konsep pembelian kompulsif dapat dikategorikan menjadi tiga jalur yaitu sebagai penyakit, budaya konsumen, dan sebagai

keterpaksaan. Kompulsif buying dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk perilaku belanja yang menghasilkan pengeluaran berlebihan, sulit dikendalikan, dilakukan berulang kali, dan seringkali memakan waktu, semuanya terkait dengan suasana hati dan ketergantungan (Dittmar, 2004).

Para ahli menekankan bahwa pembelian berulang telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam masyarakat, di mana konsumen cenderung tergoda untuk membeli berdasarkan hasrat, mood, atau emosi tanpa pertimbangan rasional. Keputusan pembelian tidak selalu didasarkan pada kebutuhan aktual, melainkan dapat dipicu oleh keinginan untuk mengubah suasana hati, mengekspresikan identitas, atau bahkan sekadar untuk kesenangan semata. Gaya membeli yang tidak rasional ini erat kaitannya dengan berbagai macam emosi, mulai dari kegembiraan hingga penyesalan, dan sering kali berkembang menjadi perilaku pembelian kompulsif (Mittal, Sondhi, & Chawla, 2018).

Budaya yang menekankan pada nilai-nilai material menjadi salah satu penyebab utama meningkatnya jumlah orang yang terlibat dalam perilaku pembelian kompulsif. Masyarakat modern cenderung memberi nilai tinggi pada materialisme, fenomena pembelian kompulsif sering

diabaikan atau bahkan dianggap sebagai lelucon. Istilah "oniomaniacs" digunakan untuk menggambarkan mereka yang sering dianggap tidak bertanggung jawab terhadap keuangan mereka. Namun, realitas dari fenomena negatif ini jauh lebih kompleks, karena pembelian kompulsif dapat merusak tidak hanya dari segi finansial, tetapi juga dari segi sosial, mental, dan emosional. Maka perilaku *kompulsif buying* adalah suatu penyakit sehingga harus ditangani menggunakan pendekatan medis (Faber 2010, Black 2007, McElroy dkk. 1991, Workman dan Paper 2010).

Selain itu, perilaku konsumtif sering muncul sebagai bentuk pelarian dari tekanan emosional dan stres. Aktivitas berbelanja menjadi mekanisme pengalihan untuk meredakan perasaan cemas atau kekosongan emosional. Namun, jika pola ini berlangsung secara terus-menerus tanpa kontrol yang tepat, hal ini dapat berpotensi memicu gangguan psikologis seperti kecemasan berlebih atau bahkan depresi. Berdasarkan pendapat O'quinn dan Faber, perilaku membeli secara kompulsif umumnya dilatarbelakangi oleh dorongan untuk meningkatkan rasa harga diri, bukan semata-mata karena pertimbangan nilai guna atau aspek ekonomi dari barang yang dibeli (Ghufroon & Risnawaita, 2016).

Self esteem atau harga diri mencerminkan bagaimana individu menilai dan memandang dirinya sendiri, mencakup aspek kepercayaan diri, penghargaan terhadap diri, serta sejauh mana mereka merasa layak dihargai. Individu yang memiliki harga diri positif umumnya mampu menghargai diri dengan baik dan memiliki kontrol diri yang lebih kuat, sedangkan mereka yang memiliki harga diri negatif cenderung kurang menghargai dirinya dan sering meragukan tindakan maupun keputusan yang dibuat (Severe, 2002).

Tingginya tingkat *self esteem* mencerminkan sikap optimis, kemampuan menghadapi tantangan, serta penerimaan terhadap situasi baik yang menyenangkan maupun yang kurang menguntungkan. Individu dengan harga diri yang tinggi biasanya mampu membuat keputusan dengan keyakinan dan ketepatan, tanpa terlalu terpengaruh oleh opini negatif orang lain, selama keputusan tersebut menguntungkan dirinya dan tidak merugikan pihak lain. Sebaliknya, mereka yang memiliki *self esteem* rendah cenderung bersikap pesimis, sering meragukan kemampuan diri sendiri, mudah terpengaruh oleh pendapat eksternal, dan kerap mengikuti kehendak orang lain.

Salah satu elemen yang berkontribusi terhadap pembentukan *self esteem* adalah lingkungan, terutama lingkungan sekolah yang menjadi tempat aktivitas utama para remaja. Dalam masa remaja, individu sering kali mengalami perubahan sikap yang dipengaruhi oleh faktor eksternal, khususnya teman sebaya. Teman sebaya kerap menjadi panutan, sehingga perilaku dan kebiasaan mereka dapat memberikan pengaruh besar terhadap remaja. Remaja yang memiliki tingkat harga diri *self esteem* rendah umumnya kurang memiliki keteguhan dalam pendirian dan cenderung mudah dipengaruhi oleh orang di sekitarnya. Sebaliknya, mereka yang memiliki *self esteem* tinggi biasanya menunjukkan sikap mandiri dan tidak mudah terbawa arus pengaruh dari luar (Hurlock, 1990).

Seiring kemajuan zaman yang semakin modern, remaja menunjukkan ketertarikan besar terhadap berbagai hal baru. Gaya hidup hedonis pun muncul sebagai salah satu bentuk ekspresi diri. Dalam upaya mengikuti perkembangan tren, mereka berlomba-lomba untuk terlihat modern, modis, dan *up to date* agar tidak dianggap ketinggalan. Ketika seorang remaja tidak mengikuti apa yang menjadi kebiasaan teman-teman sebayanya, ia berisiko dianggap tidak mengikuti

perkembangan zaman. Karakteristik remaja yang mudah terpengaruh, labil, dan impulsif sering membuat mereka kurang realistis dalam berpikir, sehingga cenderung boros dan memiliki perilaku konsumtif (Mangkunegara 2009). Dorongan untuk diterima dalam suatu kelompok sosial serta keinginan untuk terlihat sama dengan orang lain membuat remaja kerap membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Workman (2010), hasilnya mengungkapkan bahwa harga diri berkorelasi dengan pembelian kompulsif. Tingkat harga diri yang lebih tinggi cenderung mengarah pada kecenderungan yang lebih rendah terhadap pembelian kompulsif. Bagi individu dengan harga diri yang rendah, berbelanja dapat menjadi cara untuk meningkatkan harga diri mereka. Bagi sebagian orang, hal ini dapat dicapai, meskipun mungkin hanya memberikan kelegaan sementara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode korelasional bertujuan untuk mengungkap adanya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Fokus utamanya adalah untuk menentukan apakah terdapat keterkaitan antara variabel tersebut, serta mengukur tingkat kekuatan dan arah hubungan

tersebut (Periantalo, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self esteem* dengan kecenderungan *kompulsif buying* pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babalan.

Populasi pada penelitian ini adalah siswa kelas XI di SMA Negeri 1 Babalan, yang berjumlah 205 orang. Pemilihan sekolah ini sebagai lokasi penelitian didasarkan pada hasil observasi dan wawancara, di mana ditemukan adanya sejumlah siswa yang memperlihatkan perilaku *kompulsif buying*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling*, yaitu metode pemilihan sampel yang digunakan ketika populasi memiliki unsur atau karakteristik yang tidak seragam atau terbagi dalam strata (Martono, 2016). Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, yang berfungsi untuk memperkirakan ukuran minimum sampel saat karakteristik populasi belum diketahui secara jelas. Rumus ini diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960 (Sangadji & Sopiha, 2010). Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 135 responden.

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data berupa skala Likert. Skala ini dirancang untuk mengungkap sikap pro dan kontra, positif dan negatif,

atau setuju dan tidak setuju terhadap suatu objek sosial (Azwar, 2018). Skala sikap berisi objek sikap dan pernyataan sikap, serta terdiri atas dua macam, yaitu pernyataan yang mendukung atau memihak pada objek sikap (*favorable*) dan pernyataan yang tidak mendukung pada objek sikap (*unfavorable*). Penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala pembelian kompulsif (*kompulsif buying*) dan skala harga diri (*self esteem*). Kompulsif *buying* terdiri dari 25 aitem berdasarkan enam aspek pembelian kompulsif dari Edwards (Edwards (dalam R.K. Sari, 2016) diantaranya yaitu kecenderungan untuk berperilaku boros, dorongan untuk berperilaku boros, merasakan bahagia saat belanja, pengeluaran diluar batas kewajaran, memiliki rasa penyesalan setelah berbelanja. *self esteem* terdiri dari 26 item berdasarkan lima aspek menurut Coopersmith (dalam Hidayat dan Bashori, 2016), yaitu *power* (kekuatan), *virtue* (kebajikan), *significance* (keberartian), dan *competence* (kemampuan).

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini diantaranya uji asumsi (uji normalitas dan uji linearitas), uji hipotesis sebagai analisis utama, dan analisis tambahannya yaitu uji koefisien determinasi serta uji kategorisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas didapat nilai signifikansi lebih besar dari nilai $\alpha=0,05$ yaitu nilai 0,200 untuk kompulsif *buying*, dan nilai 0,060 untuk *self esteem*. Jadi dapat disimpulkan bahwa kedua variabel yaitu kompulsif *buying* dan *self esteem* berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa variabel harga diri terhadap variabel pembelian kompulsif diperoleh nilai Sig. Linearity sebesar 0,997 atau $p < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel kompulsif *buying* dengan variabel *self esteem*.

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai Sig. *Uji T* harga diri terhadap pembelian kompulsif adalah 0,001 atau $p < 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini berarti bahwa *self esteem* dapat berpengaruh sebagai prediktor kompulsif *buying* pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babalan.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan angka *R square* (R^2) sebesar 0,172 yang artinya pengaruh *self esteem* terhadap kompulsif *buying* pada siswa kelas

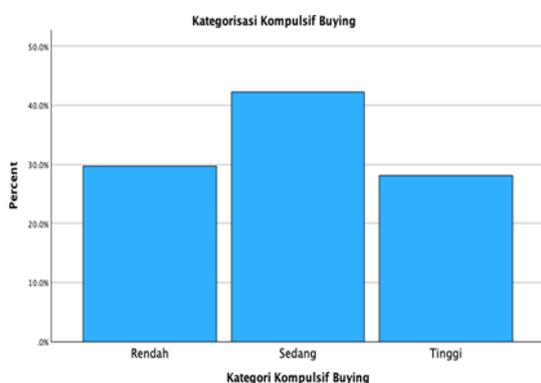
XI SMA Negeri 1 Babalan adalah sebesar 17,22% sedangkan 82,78% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Uji Kategorisasi

Kompulsif Buying

Berdasarkan hasil uji kategorisasi diketahui bahwa frekuensi *kompulsif buying* dalam jumlah persentase dari 135 siswa (100%) sebanyak 57 siswa (42,2%) dalam kategori sedang, lalu 40 siswa (29.6%) dalam kategori rendah yang berarti hanya sebanyak 40 siswa memiliki *kompulsif buying* yang rendah dan 38 siswa (28.1%) dalam kategori yang tinggi yang berarti hanya sebanyak 38 siswa memiliki *kompulsif buying* yang tinggi. Maka dari itu, dapat diartikan bahwa *kompulsif buying* di SMA Negeri 1 Babalan berkategori sedang.

Gambar 1. Grafik Kategorisasi Kecenderungan *Kompulsif Buying*

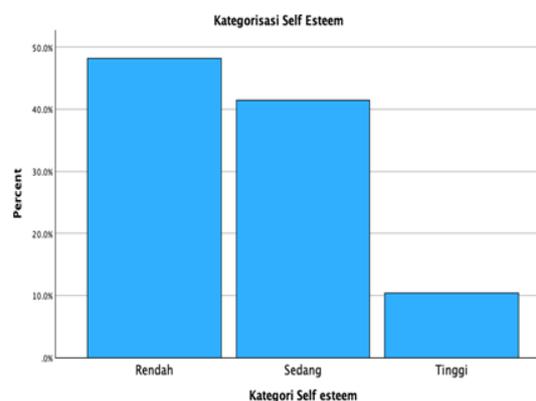


Self Esteem

Berdasarkan hasil uji kategorisasi diketahui bahwa frekuensi *self esteem*

dengan jumlah persentase dari 135 siswa (100%) sebanyak 65 siswa (48.1%) dalam kategori rendah yang berarti sebanyak 65 siswa memiliki *self esteem* yang rendah, lalu 56 siswa (41,5%) dalam kategori sedang dan dan sebanyak 14 siswa (0,4%) dalam ketegori tinggi yang berarti hanya sebanyak 14 siswa tang memiliki *self esteem* yang tinggi . Maka dari itu, dapat diartikan bahwa variabel *self esteem* di SMA Negeri 1 Babalan berkategori rendah.

Gambar 2. Grafik Kategorisasi *Self Esteem*



Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara *self esteem* dengan kecenderungan *kompulsif buying* pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babalan. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu teknik random. Metode pengumpulan data ini menggunakan uji analisis korelasi pearson product moment. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah siswa kelas XI di SMA Negeri 1 Babalan, yang berjumlah 205 orang.

Pemilihan sekolah ini sebagai lokasi penelitian didasarkan pada hasil observasi dan wawancara, di mana ditemukan adanya sejumlah siswa yang memperlihatkan perilaku kompulsif buying. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin yang menunjukkan 135 responden.

Dalam perhitungan uji normalitas mendapatkan hasil taraf signifikansi sebesar 0,200 untuk kompulsif buying, dan nilai 0,060 untuk *self esteem* tau $p > 0,05$ untuk *kompulsif buying* dan *self esteem* sehingga dapat disimpulkan data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Selanjutnya dalam hasil uji linieritas diperoleh nilai signifikansi sebesar ,0997 atau $p < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel *kompulsif buying* dengan variabel *self esteem*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis didapatkan data hasil analisis regresi linier secara parsial dengan nilai 0,001 atau $p < 0,05$ untuk *kompulsif buying* dan *self esteem* sehingga H_0 diterima dan H_0 ditolak, hal ini berarti bahwa *self esteem* dapat berpengaruh sebagai prediktor terhadap *kompulsif buying* kelas XI SMA Negeri 1 Babalan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mayasari (2012) yang

menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara *self esteem* dengan perilaku *kompulsif buying* pada mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Selanjutnya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Anjana Jose (2023) juga menyatakan Secara khusus, mereka yang harga dirinya bergantung pada persetujuan orang lain lebih cenderung menunjukkan pembelian kompulsif yang terkait dengan perubahan suasana hati. Harga diri yang rendah telah ditemukan secara konsisten terkait dengan pembelian kompulsif.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Widaningsih & Ati Mustikasari (2018) yang menyatakan Remaja pada umumnya membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan psikologis, yang berarti berbelanja tidak hanya sekedar untuk mendapatkan produk yang diinginkan, tetapi berbelanja sudah menjadi kegiatan rekreasi untuk mendapatkan kepuasan sebagai bentuk motif sosial dan personal.

Berdasarkan hasil analisis data uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh yang disumbangkan oleh harga diri dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif sebesar 17,22%

($R^2=0,172$) sedangkan 82,78% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara *self esteem* dan kecenderungan *kompulsif buying* pada siswa SMA Negeri 1 Babalan, yang menunjukkan bahwa hipotesis penelitian dapat diterima.. Hubungan tersebut dibuktikan dari perolehan nilai signifikan ($P.0,001 < 0.05$) *Self esteem* dan *kompulsif buying* memiliki hubungan yang negatif nilai korelasi yang rendah, sesuai dengan koefisien korelasi, yang memiliki nilai $r_{xy} = -0,415$ dari perolehan ini diketahui bahwa antar variabel berada dalam kategori rendah. Dengan koefisien determinasi diketahui bahwa nilai r^2 sebesar $-0,415 = 17,22\%$ artinya variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 17,22% sebagai faktor yang memiliki hubungan dengan *kompulsif buying*, dengan kata lain 82,78% *kompulsif buying* siswa dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini menyimpulkan adanya hubungan yang mengarah ke negatif yang di tandai dengan semakin rendah *kompulsif buying* siswa maka akan semakin tinggi *self esteem* pada diri siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitman, A., Dharmmesta, B. S., & Aritejo, B. A. (2021). Konsep Pembelian Kompulsif: Sebuah Keterpaksaan. *Mix:Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(02), 349516.
- Alwisol. (2002). Psikologi Kepribadian, Malang Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.
- Amalia, A. R., & Hidayat, D. R. (2023). Pengaruh Kekerasan Verbal Terhadap Self- Esteem Remaja Akhir Di Kota Bekasi. *Jurnal Syntax Fusion*, 3(09), 977-986.
- Amalia, N. R., Sinring, A., & Asdar, M. (2023). Meningkatkan *Self Esteem Peserta Didik Melalui Layanan Konseling Individual dengan Pendekatan Cognitive Behavior Therapy Teknik Restrukturisasi Kognitif*. *Jurnal peemikiran dan Pengembangan dan pembelajaran*, 5(3), 194-203.
- Andriana, E., Cyrious, C., & Asepta, U. Y. (2024). Pengaruh Self-Congruence dan Shopping Value Terhadap Compulsive Buying Produk Lifestyle. *Economic Reviews Journal*, 3(4), 1172-1194.
- Anjana, Jose. (2023). A Study on the Effects of Compulsive Buying Behavior and Shopping Addiction on the Self Esteem of College Going Female Students. *The International Journal of Indian Psychology*, 586-592.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2016. Metode Peneltian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Baron,
- Coopersmith, S. (1967). The Antecedents of Self-esteem. San Fransisco: W. H. Freeman And Co. Cynthia, T., & Zulkaida, A. (2009).
- Dariuzky, Goran. 2004. Membangun Harga Diri Pioner Jaya: Bandung.

- Ditasari, V. (2014). Pengaruh Materialisme Happiness, Materialisme Centrality dan Materialisme Success terhadap Impulsive Buying dan Efeknya pada Compulsive Buying Behavior (Studi Empiris pada Mahasiswa yang Berbelanja Pakaian di Department Store di Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Dittmar, H. (2004). Understanding and diagnosing compulsive buying. *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment*, 42(04), 411-450.
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying - a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of psychology*, 467-491
- Faber, R. D., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of consumer research*, 459-468.
- Faber, R., & O'Guinn, T. (2008). Compulsive buying. *Handbook of consumer psychology*, 1039-1056.
- Fany Riwarda & Eka Dian Aprilia. (2024) Pembelian Online Pada Dewasa Awal: Peran Materialisme Terhadap Compulsive Buying Pada Kelompok Pekerja. *Jurnal Psikologi Unsyiah*, 108-124.
- Fardhani, P.R., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(02), 1-7.
- Fatikasari, F. M., & Umami, N. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Berbelanja Online pada Remaja. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(8), 636-647.
- Gaswananda, A. F., & Mastuti, E. (2024). Literature Review: Faktor Internal Impulsive Buying Pada Remaja Putri Yang Melakukan Online Shopping. *Jurnal Syntax Fusion*, 4(05), 138-145
- Ghufroon, M. N., & Risnawaita, R. (2016). Teori-Teori Psikologi. Ar Ruzz Media.
- Greenberg, J. (2008). Understanding the vital human quest for self-esteem. *Perspectives on Psychological Science*, 3, 48-55.
- Harter, Susan. 2004. Historical Roots of Contemporary Issue Involving Self Concept Dalam Bruce A Brackin (editor) *Handbook of Self Concept*. New York: John Willey and Sons.
- Hurlock, E.B. (1990). Psikologi perkembangan. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, K., & Bashori, K. (2016). Psikologi Sosial (aku, kami, dan kita). Jakarta : Erlangga.
- Iskandar, A. S., Prasetyo, E., & Mulya, H. C. (2023). *Dinamika Self-Esteem Pada Emerging Adulthood Yang Fatherless. EXPERIENTIA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 11(2), 173-197.
- Isnaini Ismi M, (2013). Perbedaan Harga pada subjek Diri (Self Esteem) Remaja Ditinjau Dari Keberadaan Ayah. *Jurnal Psikologi*, Vol 9 No 2.
- Jess, F., & Gregory, F. (2014). Teori Kepribadian. Jakarta : Salemba Humanika. José Manuel Otero-López , María José Santiago and María Cristina Castro. (2023). Big Five Personality Traits and Compulsive Buying: The Mediating Role of Self-Esteem, 104-116.
- Kellett, S., & Bolton, J.V. (2009). Compulsive Buiyng: A Cognitive Behavioral Model. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 16(2), 83-93.
- Khairiyah, M. (2023). Kontrol Diri dan Impulsive Buying Remaja (Studi Pada Pengguna Tiktokshop). *Jurnal Humanipreneur*, 2(3), 17-22
- Koeswara, E. 1991. Teori-Teori Kepribadian. Bandung: PT. Ereseg.
- 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), 65-75.
- Lianto, A. L., & Kurniawati, M. (2023). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Dewasa Awal. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 5817-5828.
- Lutan, Rusli. (2003). Self esteem: Landasan Kepribadian. Jakarta: Bagian Provek Peningkatan Mutu Organisasi dan Tenaga Keolahragaan Dirjen Olahraga Depdiknas.
- Maghfira, N., Widyastuti, U., & Iranto, D. (2023). Pengaruh Financial Literacy dan Compulsive Buying Terhadap Prospeensity To Indebtedness. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 2156-2168.
- Mangestuti, Retno (2014) Model pembelian kompulsif pada remaja. Doctoral thesis, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Mangkunegara, A. P., 2009. Perilaku Konsumen. Bandung: Refika Aditama.
- McElroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H. G., Smith, J. M., & Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: a report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 55(6), 242-248.
- Mentari Aulia Oktaviani. (2019) Hubungan Penerimaan Diri Dengan Harga Diri Pada Remaja Pengguna Instagram. *Psikoborneo*, 549-556.
- Miron zuckerman, Chen li, and Judith A. hall. (2016). When Men And Women Differ In Self-Esteem And When They Don't: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality*, 34-51.
- Mittal, S., Sondhi, N., & Chawla, D. (2018). Process of impulse buying: A qualitative exploration. *Global Business Review*, 19(1), 131-146.
- Muharsih, L., Rohayati, N., & Ameylia, M. (2024). Harga Diri dan Kontrol Diri Sebagai Prediktor Pembelian Kompulsif Pada Konsumen Belanja Online di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 4(2), 18-27.
- Naomi, P. & Mayasari, I. (2008). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Siswa SMA dalam Perilaku Pembelian Kompulsif: Perspektif Psikologi. *Jurnal Abmas*, 8 (8): 1-8.
- Nashori, Fuad dan Rachmy Diana Mucharam, Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam, Yogyakarta: Menara Kudus, 2012.
- Nikmarijal, N. (2014). Urgensi peranan keluarga bagi perkembangan self-esteem remaja. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 2(2), 19-24.
- Oktaviani, M. A. (2019). Hubungan penerimaan diri dengan harga diri pada remaja pengguna Instagram. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(4), 549-556.
- O'Quinn, Thomas C, and Ronald J. Faber. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration, *Journal of Consumer Research*, 16 (September), 147-157.
- Paramitha, N. P. I. N., Sulhaini, S., & Saufi, A. (2022). The Effect of Hedonic Shopping and Utilitarian Values on Impulse Buying Moderated By Gender On The Marketplace. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(2), 54-67.
- Pasya, A. D. (2023). Pengaruh Celebrity Worship Pada Penggemar Kpop Generasi Z Terhadap Online Compulsive Buying Dengan Materialism Sebagai Variabel Mediasi. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Razali, G. (2023). *The Role of Self-Concept in Overcoming Rejection and Enhancing Self-Esteem. Digicommtive: Jurnal of Communication Creative Studies, and Digital Culture*, 1(1), 44-49.

- Resita, R., & Syamsuddin, A. B. (2022). Perilaku Hedonisme Remaja di Mall Panakukkang Makassar. *Jurnal Berita Sosial*, 7(1), 1-13.
- Reskiani, E. (2021). Pengaruh Self Esteem Terhadap Perilaku Asertif Pada Mahasiswa Di Kota Makassar Oleh: Evi Reskiani Fakultas Psikologi. In Dspace Repository. Universitas Bosowa Makassar.
- Risnawati, E., Nuraqmarina, F., & Wardani, L. M. I. (2021). Peran father involvement terhadap self esteem remaja. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 143- 152
- Santrock, J. 2003. *Adolescence: Ninth Edition*. New York: McGraw-Hill Companies Inc
- Santrock, J. W. (2007). *Adolescence, Eleventh edition*. Jakarta: Erlangga.
- Sarafino EP. (2006). *Heath psychology. biopsychosocial interactions*. Fifth Edition. Shn willey & sons, Inc.
- Sari, U. M., Santosa, B., Afrinaldi, A., & Hartati, S. (2023). Hubungan Self-Esteem dengan Self-Confidence Siswa di MTSN 5 Solok Selatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 25775-25781.
- Sarwono, S. W. (2018). *Psikologi Remaja*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Sasmita, H., & Neviyarni, Y. K. (2021). Meningkatkan Self Esteem Remaja Melalui Bimbingan Kelompok Dengan Pendekatan Behavioral Therapy. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 32-43.
- Sefchullisan, W. 2012. *Gambaran Self-Concept dan Self-Esteem Seseorang*.
- Sekarsari, L. A. (2023). Analysis of the Relationship Between Gratification Seeking, Val-ue Shopping, Idea Shopping, Materialism, and Compulsive Buy-ing on Life Happiness and Self Esteem (Study on Female Con-sumers). *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 6(1), 37-46.
- Semanat, N. S., & Mokhlis, S. (2019). Hubungan antara Kepimpinan Fesyen, Kecenderungan Pembelian Kompulsif dan Ketagihan Membeli-Belah Dalam Talian: *The Relationships between Fashion Leadership, Compulsive Buying Tendency and Online Shopping Addiction*.
- Septiana Putri, H., & Arswimba, B. A. (2024). Hubungan Antara Konformitas di Lingkungan Pertemanan dengan Gaya Hidup Hedonisme pada Pelajar SMA. *Edukasi Elita: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 1(4), 38-50.
- Sharma, V., Narang, K., Rajender, G., & Bhatia, M. S. (2009). Shopaholism (Compulsive Buying) -A New Entity *Delhi Psychiatri Journal*, 12 (1), 110-113.
- Sholich, & Amelasasih. (2022). Self-Esteem Pada Remaja Akhir Yang Menggemari Selebgraml Pendidikan Dan Konseling. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(3), 130-136.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sri Widaningsih & Ati Mustikasari. (2018). The Effect of Fashion Orientation, Money Attitude, Self Esteem, and Conformity on Compulsive Buying: A Study on Youth Customers in Bandung". *Advances in Economics, Business and Management Research*, 639-642.
- Susanty, Dewi Indah. 2006. *Hubungan Antara Self esteem dan Perilaku Alkoholisme Pada Remaja Alkoholik Di Kota Kupang*. Skripsi. Malang : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang.
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2014). *Self-Esteem And Identities. Sociological Perspectives*, 57(4), 409-433.
- Severe, S. (2002). *Bagaimana Bersikap Kepada Anak Agar Bersikap Baik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Taufik. (2012). *Empati: pendekatan psikologi sosial*. Jakarta: Rajawali Press.
- Tengfei Guo, Chenzhi Cai¹, Yanzhen Xu¹, Maoyong Huang¹, Yakun Ni. (2024). Self-Esteem and College Students' Online Impulse Buying: The Independent and Interactive Moderating Role of Interdependent Self-Construal and Interpersonal Relationships, (4447, 4461)
- Tsuraya, Z. (2023). *Perilaku Remaja Dalam Transaksi Belanja di E-Commerce*.
- Utami, Y. (2024). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Kompulsif di Pusat Perbelanjaan: Studi Kasus pada Indomaret dan Alfamart di Kabupaten Bantul*. *Jurnal EMT Kita*, 8(1), 450-458.
- Utami, R. D. (2011). *Pengaruh Family Structure Terhadap Materialisme Dan Pembelian Kompulsif Pada Remaja*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 4(3), 630-75.
- Workman, L. (2010). *The Essential Structure Of Compulsive Buying: A Phenomenological Inquiry* (Dissertation). Management Information Systems, Utah State University.
- Yuliantari, M. I., & Herdianto, Y. K. (2015). *Hubungan Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di Kota Denpasar*. *Jurnal Psikologi Udayana*, Volume 2 Nomor 1, 91.