

ABSTRACT

The increasing number of credit card usage in Indonesia since 2009 and global consumption in Jakarta marked by great number of mall may potentially cause compulsive buying behavior. The purpose of this research is to find out and examine the influence of fashion orientation and materialism on the credit card usage and how it influence compulsive buying behavior. This is a conclusive clauses case study research, the population in this study is the Kelapa Gading Mall visitors who are credit card users, at the productive ages, and have Jakarta's ID card. 500 respondents was used as samples, collected by non probability sampling technique and accidentally sampling method. The data was analyzed using path analysis with LISREL 8.8. The results showed that there was a direct influence of fashion orientation and materialism on the credit cards usage and indirectly to compulsive buying behavior, where the effect on compulsive buying is through an intermediary variable; credit card usage. This research can serve Kelapa Gading Mall's Management the proper insights to set the right marketing strategy for credit card user and compulsive buyer market segment.

Keywords: fashion orientation, materialism, credit card usage, compulsive buying.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan kartu kredit sejak tahun 2009 di Indonesia serta globalisasi konsumsi di Jakarta yang ditandai dengan menjamurnya *mall* berpotensi mengakibatkan perilaku pembelian kompulsif. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu dan mengkaji lebih dalam lagi mengenai pengaruh orientasi fashion dan materialisme terhadap penggunaan kartu kredit serta bagaimana implikasinya terhadap pembelian kompulsif. Penelitian ini merupakan penelitian konklusif yang sifatnya kausal, berupa studi kasus di Mall Kelapa Gading Jakarta. Populasi seluruh pengunjung Mall Kelapa Gading Jakarta yang merupakan pemegang dan pengguna kartu kredit, dalam usia produktif, dan memiliki KTP Jakarta. Teknik pengambilan data *non probability sampling* dengan *accidentally sampling* ditemukan 500 responden sebagai sampel. Analisa data menggunakan metode analisa jalur yang menggunakan LISREL 8.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung orientasi *fashion* dan materialisme terhadap penggunaan kartu kredit serta tidak langsung terhadap pembelian kompulsif, dimana pengaruh terhadap pembelian kompulsif melalui variabel perantara penggunaan kartu kredit. Penelitian ini bermanfaat bagi pihak manajemen Mall Kelapa Gading dalam menetapkan strategi pemasaran yang tepat bagi pengguna kartu kredit yang merupakan pembeli kompulsif.

Kata kunci: orientasi fashion, materialisme, penggunaan kartu kredit, pembelian kompulsif.

MERCU BUANA