



## **SKRIPSI**

### **Judul:**


Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembelian  
Kompulsif Pada Remaja

### **Disusun oleh:**

SHARON WINARDI

NIM. 705190168

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
2022

 <b>UNTAR</b> Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-06/R0	HAL. 1/1
05 NOVEMBER 2010	<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH</b>	

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sharon Winardi

NIM : 705190168

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pembelian Kompulsif pada Remaja**

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.


Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Jakarta, 19 Januari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



**Sharon Winardi**

 <b>UNTAR</b> Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-07/R0	HAL. 1/1
05 NOVEMBER 2010	SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH	

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sharon Winardi

N I M : 705190168

Alamat : Citra 5 blok B7 no 1A. Jakarta Barat, Pegadungan, Kalideres, 11830

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pembelian Kompulsif pada Remaja**

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan



**Sharon Winardi**

## Pengesahan

Nama : SHARON WINARDI  
NIM : 705190168  
Program Studi : PSIKOLOGI  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembelian Kompulsif Pada Remaja  
Title : The Effect of Social Media Use on Compulsive Buying in Adolescents

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi PSIKOLOGI Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara pada tanggal 18-Januari -2023.

### Tim Penguji:

1. FRANSISCA IRIANI ROESMALA DEWI, Dra, M.Si., Dr.
2. MONIKA, S.Psi., M.Psi., Psikolog
3. MEYLISA PERMATA SARI, S.Psi., M.Sc.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:  
MEIKE KURNIAWATI, S.Psi., M.M.  
NIK/NIP: 10706005



Pembimbing Pendamping:  
MEYLISA PERMATA SARI, S.Psi., M.Sc.  
NIK/NIP: 10716007



Jakarta, 18-Januari-2023  
Ketua Program Studi



ZAMRALITA, Dr.M.M., Psikolog

## ABSTRAK

Sharon Winardi (705190168)

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembelian Kompulsif Pada Remaja; Meike Kurniawati, S.Psi., M. M. dan Meylisa Permata Sari, S.Psi., M.Sc.; Program Studi S-1 Psikologi Universitas Tarumanegara, (i-ix ; 40 halaman, P1-P-3, L1-L-16)**

Pembelian kompulsif merupakan aktifitas membeli yang tidak bisa dikontrol, dimana motif dan keinginan atau dorongan akan membeli produk tertentu harus terpenuhi dan terjadi secara berulang demi memenuhi rasa emosi. Pembelian kompulsif di kalangan remaja dapat dipengaruhi oleh penggunaan sosial media. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap munculnya pembelian kompulsif pada remaja di Indonesia. Metode penelitian kuantitatif digunakan terhadap 100 remaja Indonesia (64% perempuan dan 36% laki-laki). Faber dan O'Guinn pembelian kompulsif *Scale* digunakan untuk mengukur variabel pembelian kompulsif. Sedangkan *Social Media Engagement Scale for Adolescents (SMES-A)* digunakan untuk mengukur variabel penggunaan media sosial. Berdasarkan analisis regresi didapatkan pengaruh penggunaan media sosial terhadap pembelian kompulsif sebesar 48,8% dengan pengaruh positif sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Pembelian Kompulsif, Penggunaan Media Sosial.