

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *money attitude* terhadap *compulsive buying* pada pasangan yang baru menikah di Kota Bandung. Subjek dalam penelitian ini merupakan individu yang berada pada rentang usia dewasa awal, yaitu 18 hingga 25 tahun, dan memiliki usia pernikahan antara 1 hingga 3 tahun. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linier sederhana. Sampel sebanyak 96 responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa *money attitude* berpengaruh signifikan dengan arah pengaruh negatif terhadap *compulsive buying* dengan nilai koefisien regresi (β) negatif -0,732 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Nilai R square sebesar 0,535 mengindikasikan bahwa 53,5% variasi *compulsive buying* dijelaskan oleh *money attitude*. Dengan demikian, semakin tinggi sikap individu terhadap uang, maka kecenderungan untuk melakukan belanja kompulsif akan semakin rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa sikap terhadap uang memegang peranan penting dalam membentuk perilaku konsumsi, khususnya pada pasangan muda yang baru membentuk kehidupan rumah tangga.

Kata Kunci : Sikap Terhadap Uang (*Money Attitude*), Perilaku belanja Kompulsif (*Compulsive buying*), Pernikahan, Pasangan yang baru menikah

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of money attitude on compulsive buying among newly married couples in Bandung City. The subjects of this research are individuals in the early adulthood age range (18 to 25 years old), who have been married for 1 to 3 years. The method used is quantitative with a simple linear regression approach. A total of 96 respondents were selected using purposive sampling. The research instrument was a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The analysis results show that money attitude has a significant negative effect on compulsive buying, with a regression coefficient (β) of -0.732 and a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). The R square value of 0.535 indicates that 53.5% of the variation in compulsive buying is explained by money attitude. Thus, the higher an individual's money attitude, the lower their tendency to engage in compulsive buying behavior. These findings suggest that money attitude plays an important role in shaping consumer behavior, particularly among young couples who are in the early stages of building a household.

Keywords: *money attitude, compulsive buying, newly married couples, Marriage*