**HUBUNGAN ANTARA KECEMASAN KONSUMEN SAAT THRIFT SHOPPING DAN COMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA DEWASA AWAL SELAMA MASA PANDEMI COVID-19**

*CORRELATION BETWEEN CUSTOMER ANXIETY WHEN THRIFT SHOPPING AND COMPULSIVE BUYING IN EARLY ADULT STUDENTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC*

**Shella Febriana Elnathan**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Shellafebriana97@gmail.com

0812362355554

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecemasan konsumen saat *thrift shopping* dan *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal selama masa pandemi Covid-19. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara kecemasan konsumen saat *thrift shopping* dan *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal selama masa pandemi Covid-19. Semakin tinggi kecemasan konsumen saat *thrift shopping* maka semakin tingggi pula *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal. Sebaliknya, semakin rendah kecemasan konsumen saat *thrift shopping* maka semakin rendah pula *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa dewasa awal. Data penelitian dikumpulkan menggunkana skala *compulsive buying* dan skala kecemasan. Sedangkan untuk analisis data korelasi *product moment* Pearson. Hasil analisis *product moment* menunjukkan keofisien korelasi rxy = 0,575 dengan tarif signifikan sebesar p = 0,000 (p < 0,01) yang berarti terdapat hubungan yang positif antara kecemasan konsumen saat *thrift shopping* dan *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal. Semakin tinggi kecemasan konsumen saat *thrift shopping* maka semakin tingggi pula *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal dan sebaliknya. Oleh karena itu maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

**Kata kunci** : *compulsive buying*, dewasa awal, mahasiswa, *thrift shopping*

***Abstract***

*This study aims to determine the relationship between consumer anxiety during thrift shopping and compulsive buying among early adult students during the Covid-19 pandemic. The hypothesis put forward in this study is that there is a positive relationship between consumer anxiety during thrift shopping and compulsive buying in early adult college students during the Covid-19 pandemic. The higher consumer anxiety during thrift shopping, the higher the compulsive buying for early adult students. Conversely, the lower consumer anxiety when thrift shopping, the lower compulsive buying among early adult students. Subjects in this study amounted to 100 early adult students. Research data was collected using the compulsive buying scale and anxiety scale. As for the Pearson product moment correlation data analysis. The results of the product moment analysis showed the correlation efficiency rxy = 0.575 with a significant rate of p = 0.000 (p <0.01), which means that there is a positive relationship between consumer anxiety during thrift shopping and compulsive buying in early adult students. The higher consumer anxiety during thrift shopping, the higher the compulsive buying for early adult students and vice versa. Therefore, the hypothesis in this study is accepted.*

***Keywords*** *: compulsive buying, early adult, student, thrift shopping*

**PENDAHULUAN**

Dunia kini sedang berjuang melawan Corona Virus Disease 2019 atau yang biasa disebut dengan Covid-19. Worldometers mencatat angka kasus positif Covid-19 di seluruh dunia telah mencapai 2.737.154 pasien pertanggal 24 April 2020. Termasuk di Indonesia yang hingga pertanggal 24 April 2020 sebanyak 8.211 pasien terdeteksi positif Covid-19 (dalam Idhom, 2020). Fakta ini menggambarkan begitu cepatnya virus corona mewabah, akibatnya berdampak ke seluruh aktifitas kehidupan. Tanggal 2 Maret 2020 Presiden Joko Widodo menyatakan bahwa ada dua warga negara Indonesia yang terpapar Covid-19 dan menghimbau agar seluruh masyarakat di Indonesia melakukan aktifitasnya di rumah dan membatasi kontak dengan lingkungan luar atau disebut dengan social distancing. Hal tersebut tentunya berdampak kepada seluruh masyarakat dari berbagai kalangan, salah satunya mahasiswa. Salah satu dampak dari pandemi Covid-19 adalah kecemasan yang menimbulkan perilaku membeli yang kompulsif atau *compulsive buying*.

Menurut Edwards, E.A (1993) *compulsive buying* adalah perilaku berbelanja abnormal dimana perilaku tersebut tidak terkontrol, berulang, dan memiliki dorongan kuat untuk berbelanja yang dianggap sebagai cara untuk menghilangkan perasaan negatif seperti stress dan kecemasan. Sehingga compulsive buying pada mahasiswa dewasa awal adalah perilaku berbelanja abnormal dimana perilaku tersebut tidak terkontrol, berulang, dan memiliki dorangan kuat untuk berbelanja yang dianggap sebagai cara untuk menghilangkan perasaan negatif seperti stress dan kecemasan pada mahasiswa yang berusia 18 – 25 tahun. Aspek-aspek dari *compulsive buying* menurut Edwards, E.A (1993) yaitu: 1) *Tendency to spend*, 2) Compulsion/drive to spend, 3) *Feeling (joy) about shopping and spending*, 4) *Dysfunctional spending*, 5*) Post-purchased guilt*.

Hasil penelitian Koran, Faber, dan Aboujaoude (2006) menemukan prevalensi *compulsive buying* sebanyak 5.8% dari populasi dewasa. Hasil penelitian Roberts dan Jones (dalam Ergin, 2010) mencatat perkiraan *compulsive buying* pada wanita dewasa awal berkisar antara 6 hingga 12.2% dari populasi. Estimasi tersebut menunjukkan angka lebih tinggi daripada angka *compulsive buying* pada populasi dewasa yang berkisar antara 1 hingga 6% (Faber & O’Guinn dalam Ergin, 2010).

*Compulsive buying* menjadi fenomena terutama pada wanita jaman sekarang yang melakukan berbelanja hanya sebagai sarana untuk menghilangkan rasa stres, cemas, atau perasaan sedih lainnya. Pernyataan tersebut didukung oleh Edwards (dalam DeSarbo & Edwards, 1996) yang berpendapat bahwa pendorong utama dari *compulsive buying* yaitu sebagai upaya untuk menghilangkan perasaan negatif seperti stres dan kecemasan. Beberapa efek negatif dari *compulsive buying* meliputi konflik pernikahan, hutang kartu kredit, penggelapan uang atau pencurian, dan bahkan percobaan bunuh diri (Lejoyeux dkk., dalam Ergin, 2010). Compulsive buying seringkali dianggap sebagai bentuk adiksi, yakni sebagai perilaku yang dipicu oleh ketegangan psikologis dan disertai perasaan lega serta frustasi (Valence dkk., dalam DeSarbo & Edwards, 1996).

Menurut De Sarbo dan Edwards (1996) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *compulsive buying* terbagi menjadi 2 yaitu: (a) *predispositional factors*, meliputi *self esteem*, kecemasan, perfeksionisme, fantasi, impulsiftas, kompulsifitas umum, *dependence, approval seeking, locus of control* (b) *circumstansial factors*, meliputi *avoidance coping, denial, isolation*, dan materialisme. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi *compulsive buying* tersebut, peneliti memilih faktor kecemasan sebagai variabel bebas dalam penelitian. Karena hal ini diperkuat beradasarkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa compulsive buying merupakan respon utama dalam menghadapi berbagai perasaan-perasaan negatif yang terhubung dalam penelitian yang dilakukan oleh Koran et al. (2006) menyebutkan bahwa pembeli kompulsif adalah individu yang memiliki kecemasan yang relatif tinggi dan menderita depresi sehingga lebih rentan melakukan *compulsive buying*. Kecemasan yang terkait dengan pertanyaan tentang kematian dan kelangsungan hidup juga memiliki efek paradoks pada perilaku pembelian (dalam Supriyanto, 2020). Ketua Pusat Krisis UI Dicky Palupessy (dalam Anonim, 2020) mengungkapkan perilaku membeli barang secara berlebihan dan terus-menerus dalam satu waktu atau di tengah merebaknya wabah Covid-19 didasari oleh kecemasan yang tinggi.

Dengan banyaknya perubahan yang terjadi ketika pandemi Covid-19 salah satunya adalah pola perilaku konsumen dimana masyarakat mulai lebih meminati produk *thrif*t (Susanti & Riptino, 2022). Istilah thrift dikenal dengan istilah penghematan dimana arti dari *thrifting* sering dikenal dengan kegiatan membeli barang *second* (Saragih dkk, 2022) . Lebih lanjut lagi Susanti dan Riptiono (2022) menjelaskan bahwa *thrift shopping* Turunnya perekonomian membuat *thrift Shopping* menjadi hal yang sangat digemari masyarakat saat ini dikala pandemi Covid-19 Hal ini dikarenakan merosotnya pemasukan keuangan dari masyarakat akibat pandemi covid-19 ini sehingga masyarakat beralih menggunakan pakaian bekas yang masih layak pakai. (Permatasari dkk, 2021). Susanti dan Riptiono (2022) juga menjelaskan bahwa barang *thrift* sangat cocok bagi masyarakat yang sering berbelanja pada saat pandemi Covid-19 karena mereka tetap dapat terlihat bergaya tanpa mengeluarkan biaya yang besar untuk membeli barang baru. Pandemi Covid-19 memiliki dampak diberbagai sektor salah satunya adalah sektor ekonomi yang mengalami penurunan yang signifikan karena aturan untuk tetap tinggal di rumah (Yamali & Putri, 2020). Julianti (2021) lebih lanjut lagi mengungkapkan bahwa masa pandemi membuat individu lebih merasakan emosi negatif dikarenakan pembatasan sosial dan salah satu emosi negatif Selain itu kelangkaan barang atau barang dengan edisi terbatas yang tersedia dijual, jika didapatkan akan memberikan rasa aman pada individu (Julianti, 2021).

**METODE**

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *compulsive buying* dan skala kecemasan yang dimodifikasi oleh peneliti. Skala *compulsive buying* disusun berdasarkan aspek-aspek *compulsive buying* dari Edwards (1993). Setelah dilakukan uji cobamemiliki 16 aitem dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,787 dan uji daya beda berkisar 0,177 – 0,598. Kemudian pada skala kecemasan yang disusun berdasarkan aspek-aspek kecemasan menurut Hamilton (1959) setelah uji coba didapati 14 aitem dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,825 dan uji daya beda berkisar 0,121 – 580.

Penyebaran skala dilakukan pada 100 mahasiswa dewasa awal menggunakan *google form* dengan membagikan link melalui media sosial. Kemudian pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment* Pearson untuk meguji hubungan antara kecemasan konsumen saat *thrift* shopping dan *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal selama masa pandemi Covid-19.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis penelitian, diperoleh koefisien korelasi rxy = 0,575 dengan tarif signifikan sebesar p = 0,000 (p < 0,01) yang berarti terdapat hubungan yang positif antara kecemasan konsumen saat *thrift shopping* dan *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal. Hubungan positif memiliki arti bahwa semakin tinggi kecemasan konsumen saat *thrift shopping* maka semakin tingggi pula *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal. Sebaliknya, semakin rendah kecemasan konsumen saat *thrift shopping* maka semakin rendah pula *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal.

Adapun *compulsive buying*  menurut DeSarbo dan Edwards (1996) dipengaruhi oleh dua faktor yaitu *Predispositional factor* yang merupakan konstruk-konstruk yang mempengaruhi individu untuk melakukan pembelian kompulsif dan mengindikasikan kecenderungan secara umum yang mengarah pada pembelian kompulsif. Faktor ini meliputi *Self esteem*, Kecemasan, Perfeksionisme, Fantasi, Impulsivitas, Kompulsivitas umum, *Dependence, Approval seeking*, dan *Locus of control*. Faktor kedua adalah *Circumstansial factors* faktor yang dihasilkan dari kondisi individu pada saat ini dan juga dapat memicu munculnya perilaku-perilaku pembelian kompulsif selanjutnya. Faktor ini meliputi *Avoidance coping, Denial*, *Isolation*, dan Materialisme.

Penelitian ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kecemasan konsumen memiliki hubungan dengan tingginya *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal selama masa pandemi Covid-19. Supriyanto (2020) mengungkapkan bahwa rasa cemas akan memengaruhi aktivitas individu dalam berbelanja. Pada apek fisiologis yang meliputi gangguan tidur, gejala somatik otot, gejala somatik sensori, gejala kardiovaskuler, gejalah respiratori, gejala gastroinestinal atau pencernaan, gejala otonom, dan tingkah laku sesaat pada penelitian ini dapat dilihat melalui skor total aitem nomor satu dari skala X “Saya khawatir kecanduan melakukan thrift shopping” yang menunjukkan bahwa responden merasa kahwatir ketika sedang berbelanja. Perasaan cemas yang dialami dalam kegiatan berbelanja salah satunya disebabkan karena pembelian yang tidak terencana karena pada saat individu mengalami kecemasan individu cenderung mengambil keputusan dengan terburu-buru yang dapat menyebabkan resiko tinggi dalam pembelian (Muchnisa dan Sulaiman, 2020).

Lalu pada aspek psikologis yang meliputi perasaan cemas, ketakutan, gangguan kecerdasan, dan perasaan dapat dilihat melalui skala X yang mewakili aspek psikologi yang memiliki skor tertinggi yaitu nomor 13 “Ketika *thrift shopping* saya sering mondar-mandir untuk memilih barang satu dengan yang lain”. Melalui aitem tersebut dapat dilihat bahwa responden berjalan mondar-mandir untuk mengatasi perasaan yang tidak nyaman dalam dirinya. Hasil tersebut didukung oleh Widyastuti (2020) yang mengemukakan bahwa rasa khawatir dan takut akan berdampak pada perilaku seorang konsumen dalam berbelanja dimana seseorang dapat membeli sesuatu secara berlebihan.

Pada kategorisasi data variabel *compulsive buying* dihasilkan sebanyak 6 responden (6%) memiliki skor yang tinggi, 59 responden (59%) memiliki skor sedang, dan 35 responden (35%) memiliki skor yang rendah. Sedangkan pada variabel kecemasan konsumen didapati bahwa 18 responden (18%) berada di kateogri tinggi, 35 responden (35%) berada di kateogri sedang, dan 18 responden (18%) berada di kateogri rendah. Melalui penelitian ini juga dibuktikan bahwa terdapat perbedaan tingkat kecemasan konsumen pada mahasiswa dewsa awal berdasarkan jenis kelamin, dimana mahasiswa dewasa awal dengan jenis kelamin perempuan memiliki tingkat kecemasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa dewasa awal dengan jenis kelamin laki-laki. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Papanastasiou dan Zembylas (2008) yang menyatakan bahwa wanita memiliki tingkat kecemasan lebih tinggi daripada pria.

**KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah ada hubungan antara kecemasan konsumen saat *thrift* shopping dan *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal selama masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian pada 100 mahasiswa dewasa awal membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kecemasan konsumen saat *thrift* shopping dan *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal selama masa pandemi Covid-19. bahwa semakin tinggi kecemasan konsumen saat *thrift shopping* maka semakin tingggi pula *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal. Sebaliknya, semakin rendah kecemasan konsumen saat *thrift shopping* maka semakin rendah pula *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal. Selain itu terdapat perbedaan tingkat kecemasan berdasarkan jenis kelamin dimana mahasiswa dewasa awal perempuan memiliki tingkat kecemasan yang lebih tinggi dari pada mahasiswa dewasa awal laki-laki. Adapun pengaruh dari kecemasan konsumen saat *thrift* shopping pada *compulsive buying* pada mahasiswa dewasa awal selama masa pandemi Covid-19 adalah sebesar 33,1% dan 66,9% lainnya dipengaruhi oleh variable lainnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Choirul, A. & Artanti, Y. (2019). Millennia’s impulsive buying behavior: does positive emotion mediate?. *Journal of economics, business, and accountancy ventura*, (22) 223-236.

Edwards, E.A. 1993. Deevelopment of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior. Financial Counseling and Planning, Vol. 4. Diakses tanggal 5 Juli 2021 dari http://www.proquest.com/research/spp/1993/PDF/189.pdf.

Ergin, E. A. 2008. Compulsive Buying Behavior Tendencies. EAR & TLC Conferences Proceedings.

Koran. L.M.. Faber, RJ., Aboujaoude. E. Large, M.D.. & Serpe. RT. 2006. Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United States, The American Journal of Psychiatry. Washington: Oct 2006. Vol. 163, Issue 10. Diakses tanggal 5 Juli 2021 dari <http://www.proquest.com/research/silv/2006/PDF/6324.pdf>.

Muchnisa Fitria dan Sulaiman. 2020. Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Kecemasan Konsumen Yang Berdampak Pada Pembelian Kompulsif Dan Dimediasi Oleh Eskapisme (Studi Kasus Pada Matahari *Departemen Store* Di Banda Aceh). *Jurnal Imiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol 5, No. 1.

Papanastasiou, E. C., & Zembylas, M. (2008). Anxiety in undergraduate research methods courses: its nature and implications*. International Journal of Research & Methods in Education*, 31(2), 155-167.