HUBUNGAN *APPROVAL SEEKING* DAN *AVOIDANCE COPING* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program

Strata Satu (S1) Psikologi (S. Psi)

Disusun oleh:

Ayyuna Amalia

J01216006

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Hubungan *Approval Seeking* dan *Avoidance Coping* terhadap *Compulsive Buying* pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya" merupakan karya asli hasil penelitian yang di ajukan untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan agar memperoleh gelar Sarjana Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Surabaya, 22 Agustus 2020

METERAI TEMPEL

6000

Ayyuna Amalia

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

HUBUNGAN *APPROVAL SEEKING* DAN *AVOIDANCE COPING* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Yang di Susun Oleh

Ayyuna Amalia

J01216006

Telah Di Setujui Untuk Di Ajukan Pada Sidang Skripsi

*

Surabaya, 13 Juli 2020

Dosen Pembimbing

Rizma Fithri, S.Psi, M.Si

NIP. 197403121999032001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

HUBUNGAN *APPROVAL SEEKING* DAN *AVOIDANCE COPING* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Disusun Oleh:

Ayyuna Amalia

J01216001

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Pada 28 Juli 2020

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag
NIP. 197209271996032002

Susunan Tim Penguji:
Penguji 1

Rizma Fithri, S.Psi., M.Si
NIP. 197403121999032001
Penguji 2

Prof. Dr. H Moh. Sholeh M. Pd
NIP. 195920911990021001
Penguji 3

Dra. Hj. Siti Azizah Rahayu, M.Si
NIP. 19551007198632001
Penguji 4

Mei Lina Fitri Kumalasari., M. Kes.
NIP. 198805182014032002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ayyuna Amalia
NIM : J01216006
Fakultas/Jurusan : Psikologi
E-mail address : ayyuna25@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Hubungan Approval Seeking dan Avoidance Coping Terhadap Compulsive Buying Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Agustus 2020

Penulis

(Ayyuna Amalia)
nama terang dan tanda tangan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk keluarga yang sangat dicintainya terutama kepada almarhum ayahnya Imam Thohawi dan Ibu tercinta Sholihatun nihayah serta tak lupa kepada kakak kandung M. Faishol Fuadi dan kedua adiknya Ariva Billah dan juga M. Rafi Aulia yang mana telah memberi semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan serta mendapatkan gelar sarjana yang di inginkan penulis. Tidak hanya itu keluarga banyak *mensupport* materil dan psikologis penulis, membangkitkan semangat penulis hingga dapat berjalan sejauh ini. Selalu memberikan masukan yang positif untuk penulis.

Untuk yang kedua penulis mempersembahkan skripsi ini untuk orang yang selalu mensuport penulis ketika sedang terpuruk. Hengki Hendra Pradana beliau salah satu penyemangat untuk penulis agar dapat menyelesaikan tugas ini dengan mudah. Memberikan ide dan masukan yang penulis kadang tidak faham apa itu maksutnya. Judul skripsi yang penulis tulis saat ini merupakan hasil sumbangan dari pikiran beliau yang kemudian penulis olah Kembali.

Untuk yang ke tiga terimakasih kepada Mohammad Ainul Yaqin yang selalu membantu dan memberi support lebih ketika sedang mengalami kesusahan.

Untuk yang ke empat M. Pria Wahyu Putra, Nur Eka Alfiana, Afdilla Suci Amalia dan Fina Citra Anggraini, M. Fakhreza Alif yang selalu membantu dan memberi support lebih. Tidak hanya itu dan semua teman-teman dari kelas G-1 dan

juga temanku dipondok Aljihad kamar Ummu Sulaim yang sudah banyak membantu dan selalu mendukung serta menghibur beliau hingga dapat berdiri pada titik ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat illahi rabbi, yang telah senantiasa mengiringi penulisan skripsi ini, karena hanya dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya lah skripsi dengan judul "**HUBUNGAN *APPROVAL SEEKING* DAN *AVOIDANCE COPING* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA"**ini mampu terselesaikan tepat pada waktunya tanpa suatu halangan yang berarti, sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita sang penyejuk jiwa, pembawa cinta, serta panutan kita, Nabi agung Muhammad SAW, yang telah membimbing jalan umat manusia menuju sang illahi rabbi Allah SWT.

Memang membutuhkan waktu yang tidak sebentar dalam menyelesaikan skripsi ini dengan keadan negara bahkan dunia sedang dilanda ujian akibat COVID-19 mengakibatkan pembatasan aktifitas yang tentunya juga sedikit memperlambat penyelesaian ini, Alhamdulillah tidak sedikit pula pihak-pihak yang bekerja keras yang turut membantu menyukseskan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan ketulusan nurani, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Masdar Hilmy, Ph. D, rector UIN Sunan Ampel Surabaya
2. Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M. A, dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Sunan Ampel Surabaya

3. S. Khorriyatul Khotimah, M. Psi, ketua jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan

4. Dr. Naylatin Fauziyah, M. Psi, M. Si., ketua program studi (Prodi) Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Sunan Ampel Surabaya

5. Rizma Fithri, S. Psi, M. Si, dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas segala kemurahan hati, bimbingan, dan bantuannya selama proses penelitian dan penulisan skripsi dan penulisan jurnal

6. Dra. Hj. St. Azizah Rahayu, M.Si, dosen wali studi. Terimakasih atas bimbingan dan arahannya selama 4 tahun ini.

INTISARI

Compulsive buying adalah kegiatan berbelanja yang dilakukan secara kompulsif dan berlebihan karena suatu keinginan yang tidak bisa di tahan pada saat ingin membeli barang atau jasa dengan tujuan untuk menghilangkan beban stress atau kecemasan yang sedang dialami. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *approval seeking* dan *avoidance coping* terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa UIN Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif korelasional dengan teknik pengumpulan data berupa skala *Compulsive Buying Scale* yang telah disusun berdasarkan dengan aspek *compulsive buying*. Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif semester 1-8 fakultas ekonomi dan bisnis islam dan juga fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dengan melalui berbagai uji dan medapatkan hasil pada uji F yaitu 257.087 (F hitung) > 3.04 yang berarti terdapat pengaruh antara *approval seeking* dan *avoidance coping* terhadap *compulsive buying.*

Kata kunci: Berbelanja Kompulsif, Mencari Persetujuan, Menghindari Masalah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRACT

Compulsive buying is a shopping activity that is carried out compulsively and excessively because of a desire which cannot be resisted when wanting to buy goods or services in order to eliminate the burden of stress or anxiety that is being experienced. This study aims to determine the relationship of *approval seeking* and *avoidance coping* to *compulsive buying* in UIN Sunan Ampel Surabaya students. This study used a correlational quantitative research design with data collection techniques in the form of a *Compulsive Buying* Scale that has been prepared based on the *compulsive buying aspect.* The subjects in this study were active students 1st-8th semesters of Islamic economics and business faculties and also faculties of social and political sciences. This study used multiple linear regression test through various tests and get the results of the F test that is 257,087 (F arithmetic)> 3.04 which means there is an influence between *approval seeking* and *avoidance coping* on *compulsive buying.*

Keywords: Compulsive Buying, Approval Seeking, Avoidance Coping.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....i
Lembar Keaslian Penelitian ii
Halaman Persetujuan Skripsi.....iii
Halaman Pengesahan iv
Halaman Persutujuan Publikasi v
Halaman Persembahan vi
Kata Pengantar viii
Intisari.....x
Abstract xi
Daftar Isi.....xii
Daftar Tabel xiv
Daftar Gambar xvi
Daftar Lampiran.....xvii

BAB I .....
A. Latar Belakang.....1
B. Rumusan Masalah 10
C. Keaslian Penelitian 10
D. Tujuan Penelitiaan.....14
E. Manfaat Penelitiaan.....14
1. Manfaat Teoritis 14
2. Manfaat Praktis 14
F. **Sistematika Pembahasan** 15

BAB II.....
A. Compulsive Buying 17
1. Pengertian *Compulsive Buying* 17
2. Aspek-Aspek *Compulsive Buying*.....19
3. Faktor yang Mempengaruhi *Compulsive Buying* 21
4. Tipe-Tipe Perilaku *Compulsive Buying* 26
5. Tahap-Tahap *Compulsive Buying* 27
6. Kriteria *Compulsive Buying* 28
B. Approval Seeking 29
1. Pengertian *Approval Seeking* 29
2. Indikator *Approval Seeking*.....33
3. Martin-Larsen *Approval Motivation* 35
C. Avoidance Coping 36
1. Pengertian *Avoidance Coping*.....36
2. Bentuk-Bentuk *Avoidance Coping*.....38
3. Funtional Dimension Coping 39
4. Faktor yang Mempengaruhi Strategi Coping.....39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Ciri-Ciri Individu yang Mengalami *Avoidance Coping*.....41
D. Hubungan Antara *Approval Seeking* dan *Avoidance Coping* Terhadap *Compulsive Buying* 41
E. Kerangka Teori 45
F. Hipotesis 48

BAB III .....
A. Rancangan Penelitian.....49
B. Identifikasi Variabel 49
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian 50
D. Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling 51
E. Instrumen Penelitian 54
1. Skala *Compulsive Buying* 54
2. Skala *Approval Seeking*.....60
3. Skala *Avoidance Coping* 65
F. Analisis Data 69

BAB IV.....
A. Hasil Penelitian 72
1. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian 72
2. Deskripsi Hasil Penelitian.....74
a. Deskripsi Data Subjek 74
b. Deskripsi Data Statistik 81
c. Uji Prasyarat 110
B. Analisis Regresi Linear Berganda.....115
C. **Pembahasan**.....120

BAB V .....
A. Kesimpulan.....139
B. Saran 139

Daftar Pustaka 141

Lampiran.....149

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif.....52
Tabel 3.2 *Blue Print Compulsive Buying*.....55
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Skala *Complsive Buying* Pertama.....57
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Skala *Complsive Buying* Kedua.....58
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas *Compulsive Buying*.....59
Tabel 3.6 *Blue Print Approval Seeking*.....61
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Skala MLAM Pertama.....62
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Skala MLAM Kedua.....63
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Skala *Approval Seeking*.....64
Tabel 3.10 *Blue Print Avoidance Coping*.....66
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Skala *Avoidance Coping*.....67
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Skala *Avoidance Coping*.....68
Tabel 3.13 Kategori Respon Skala.....69
Tabel 4.1 Pengelompokan Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin.....74
Tabel 4.2 Pengelompokan Subjek Berdasarkan Usia.....75
Tabel 4.3 Pengelompokan Subjek Berdasarkan Pekerjaan.....76
Tabel 4.4 Pengelompokan Subjek Berdasarkan Fakultas.....77
Tabel 4.5 Pengelompokan Subjek Berdasarkan Semester.....77
Tabel 4.6 Pengelompokan Subjek Berdasarkan Uang.....78
Tabel 4.7 Pengelompokan Subjek Berdasarkan Kartu Debit.....79
Tabel 4.8 Pengelompokan Subjek Berdasarkan Frekuensi Belanja.....80
Tabel 4.9 Deskripsi Data Subjek.....81
Tabel 4.10 Rumus Menentukan Nilai Kategori.....82
Tabel 4.11 Kategorisasi Skor Variabel *Compulsive Buying*.....83
Tabel 4.12 Kategorisasi Skor Variabel *Approval Seeking*.....85
Tabel 4.13 Kategorisasi Skor Variabel *Avoidance Coping*.....86
Tabel 4.14 Deskripsi Data Statistik Berdasarkan Jenis Kelamin.....87
Tabel 4.15 Deskripsi Data Statistik Berdasarkan Usia.....89
Tabel 4.16 Deskripsi Data Statistik Berdasarkan Pekerjaan.....92
Tabel 4.17 Deskripsi Data Statistik Berdasarkan Fakultas.....96
Tabel 4.18 Deskripsi Data Statistik Berdasarkan Semester.....98
Tabel 4.19 Deskripsi Data Statistik Berdasarkan Uang Jajan.....100
Tabel 4.20 Deskripsi Data Statistik Berdasarkan Kartu Kredit.....105
Tabel 4.21 Deskripsi Data Statistik Berdasarkan Frekuensi Belanja.....107
Tabel 4.22 Hasil Uji Normalitas Linearitas *One Sample Kolmogrov-Smirnov*
.....111
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas Linieritas Anova *Compulsive Buying* dengan *Approval Seeking*.....112

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.24 Hasil Uji Normalitas Linieritas Anova *Compulsive Buying* dengan *Avoidance Coping* 112
Tabel 4.25 Hasil Uji Multikolenearitas 114
Tabel 4.26 Hasil Uji Analisis Regresi *Compulsive Buying* 115
Tabel 4.27 Hasil Uji T 117
Tabel 4.28 Hasil Uji F 118
Tabel 4.29 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 119

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori 48
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskesdatisitas 116

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I (Kuesioner).....150
Lampiran II (Expert Judgement).....156
Lampiran III (Hasil Penyebaran Angket) 165
Lampiran IV (Tabel Perhitungan) 216
Lampiran V(Surat Perizinan).....214

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya dunia pada era globalisasi saat ini, ditandai oleh beberapa transisi yang terjadi sangat pesat, salah satunya adalah berubahnya kondisi perdagangan atau ekonomi yang dialami oleh semua orang. Dengan adanya hal tersebut manusia diminta untuk dapat menyesuaikan dengan keadaan saat ini yang beberapa sudah mulai berubah seiring berjalanya zaman akibat dari arus globalisasi. Dengan adanya hal ini, kini aktivitas berbelanja untuk sebagian orang tidak hanya dilakukan semata karena memenuhi kelangsungan hidupnya, karena pada dasarnya memang manusia adalah individu yang mempunyai nafsu tinggi akan pemenuhan kebutuhan mereka sendiri dalam kehidupanya. Pada dasarnya manusia memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi dan selalu kurang dengan apa yang dimiliki.

Sesuai dengan teori *hierarchy of needs*, yang diungkapkan oleh Maslow bahwa kebutuhan manusia memilki 5 tingkatan yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan penerimaan diri sendiri, kebutuhan akan penghargaan diri, dan aktualisasi diri (Kukuh Prasetyo, 2016). Apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi, akan muncul perasaan negatif seperti rendah diri, putus asa, tidak berdaya. Hal ini terjadi diberbagai penjuru dunia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimana manusia tidak hanya membutuhkan yang ia perlukan saja akan tetapi barang-barang lain yang tidak di butuhkan, karena perkembangan semakin maju dan banyak kebutuhan yang harus di penuhi agar tidak tertinggal oleh zaman dan mengubah pola manusia.

Keadaan ini juga terjadi di Indonesia dimana perkembangan ekonominya juga semakin cepat sehingga mengubah pola ekonomi masyarakat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Kebutuhan ekonomi yang berupa kebutuhan pokok yaitu makanan dan minuman, pakaian, tempat tinggal, Pendidikan dan kesehatan. Saat ini masyarakat tidak hanya membeli kebutuhan untuk kebutuhan dasarnya saja akan tetapi membeli barang yang sebenarnya tidak mendesak untuk dibeli. Peningkatan kebutuhan ekonomi ini memunculkan prilaku yang konsumtif pada masyarakat terbukti dengan pendapat Canoon (2006) Indonesia merupakan negara yang tingkat konsumsinya menepati pada urutan ke tujuh di wilayah Asia Pasifik (Agnes, 2012). Sedangkan berdasarkan survei *Singapore Toourism Board* pada tahun 2008, pengunjung terbesar Singapore Great Sale adalah orang Indonesia (Laili, 2012).

Menurut Roberts (1998) masyarakat modern saat ini menganggap bahwa sebuah produk barang dapat membuat peningkatan status sosial individu dalam masyarakat (dalam Masita, 2017). Setiap orang mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda, maka dengan berbagai macam pilihan yang ada tidak banyak individu mencari barang yang tidak sesuai dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebutuhanya saat itu akhirnya individu tersebut menciptakan gaya hidup yang konsumtif.

Berbagai kota-kota besar seperti Surabaya misalnya banyak pusat-pusat perbelanjaan yang dibangun untuk memudahkan proses pemenuhan kebutuhan masyarakat. Saat melakukan kegiatan berbelanja manusia tidak hanya tertarik dengan nilai ekonomis dan kegunaann dari aktifitas tersebut akan tetapi juga tertarik pada manfaat psikologis yang didapatkanya.

Masyakat yang tinggal di perkotaan menjadikan kegiatan berbelanja sebagai salah satu obat untuk penghilang stress akibat padatnya aktivitas sehari-hari. Menurut Dittmar (2005) kegiatan berbelanja juga dapat di manfaatkan sebagai usaha untuk membuang emosi -emosi negatife (Laili, 2012). Pada masyarakat modern memiliki pola hidup yang mempunyai aktivitas sangat tinggi, membuat individu cenderung mudah stress, dan salah satu pelampiasanya yaitu dengan cara berbelanja.

Dari berbagai kalangan individu yang melakukan perilaku konsumtif mulai dari anak-anak, remaja, sampai dewasa tetapi dengan kadar yang berbeda-beda. Pada dasarnya remaja memang suka berbelanja karena tergiur dengan barang-barang yang baru mereka lihat. Remaja memenuhi kebutuhanya dengan tujuan untuk memperoleh pengakuan diri terhadap eksistensinya. Menurut Sumartono (2002) cara remaja untuk menunujukan eksistensinya yaitu dengan cara remaja mengenakan sesuatu tersebut sehingga benda tersebut sedang trending atau memakainya karena ikut-ikutan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan keadaan sekitarnya (dalam Hanis, 2014). Fase dalam perkembangan sangat dipengaruhi oleh teman sebaya adalah pada saat menginjak remaja. Teman yang sebaya dapat menjadi salah satu faktor yang akan memberikan pengaruh dalam kehidupan remaja seperti perbandingan, penilain penampilan, dan juga memberikan informasi yang dibutuhkan untuk remaja. Informasi yang dimaksud disini seperti minat terhadap penampilan diri dan pakaian.

Dalam berpakaian adanya keinginan yang bertambah besar dalam remaja akhir ketika mereka sadar bahwa penampilan yang menarik berperan penting dalam kehidupan social(Hurlock, 1991. dalam Agnes, 2012). Menurut Aristoteles, fase perkembangan pada remaja akhir atau dewasa muda mempunyai rentang usia antara 14-21 tahun. Sedangkan di Indonesia sendiri , remaja yang dimaksut adalah mereka yang berumur 11-24 tahun dan belum menikah (Hanis, 2014). Secara tidak lansung seseorang yang sampai batas usia 24 tahun yang belum memenuhi persyaratan dewasa secara sosial ataupun psikologisnya, misal masih dalam menyelesaikan tugas Pendidikan maka dapat digolongkan sebagai remaja. Pada fase ini dapat dikatakan juga sebagai masa kesempurnaan pada remaja dan merupakan puncak perkembangan emosi remaja yang sedang kecenderungan memperhatikan harga diri dan juga identitas dirinya.

Berpenampilan menarik memang dibutuhkan oleh semua orang. Tidak hanya dari pakaianya saja, untuk berpenampilan menarik juga diperlukan seperti tas bermerek, sepatu yang dikenakan dan juga asesoris yang dipakai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Black dan Kuzma (2006) bahwa pakaian, *makeup*, sepatu dan asesoris adalah barang yang selalu dibeli oleh kebanyakan kaum wanita. Remaja putri selalu merasa tidak cukup kalau memiliki baju, tas dan sepatu dalam jumlah terbatas, dengan tujuan agar mereka ingin terlihat memakai barang-barang yang berbeda disetiap penampilanya. Dengan adanya tuntutan dari lingkungan sekitar untuk berpenampilan seperti itu, mereka akan meluangkan waktunya untuk pergi ke *mall* atau butik untuk berbelanja barang yang diinginkan.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif, dimana sesorang membeli sesuatu barang secara berlebihan. Seseorang yang konsumtif juga menimbulkan dampak seperti *shopilimia*, atau dikenal sebagai *compulsive buying disorder* dalam ilmu psikologi. *Complusive buying disorder* sebutan bagi sesorang yang melakukan pembelian yang tidak bisa dikendalikan sebagai respon karena adanya peristiwa atau perasaan yang tidak menyenangkan, dan kegiatan berbelanja adalah pelampiasanya(Faber & O'Guinn, 1989 dalam Masita, 2017). Sedangkan menurut Edward (1993) *compulsive buying* itu sendiri ialah perilaku berbelanja yang tidak terkontrol, berulang ulang dan mempunyai keinginan kuat untuk belanja dengan tujuan untuk menghilangkan perasaan negatif seperti stresss dan kecemasan (dalam Laili, 2012).

Aktifitas belanja dapat membuat sesorang merasa bahagia, menghilangkan rasa sedih, serta emosi negative lainya. Ketika menghadapi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesulitan dalam hidupnya dan juga muncul perasaan negative pada seseorang, berbelanja adalah solusi paling ampuh untuk menghilangkanya (Laili, 2012). Seperti halnya mahasiswa yang sudah jenuh dengan aktifitas di kampus dan juga tugas serta tuntutan untuk segera menyelesaikan *deadline* atau masalah-masalah yang dihadapi dikampus maka mereka akan melampiaskan kejenuhan mereka untuk sekedar pergi berbelanja. Dengan berbelanja, mereka akan merasa puas serta membuat mereka seperti lupa dengan masalah yang dihadapinya sekarang. Tetapi biasanya ketika aktifitas berbelanja itu selesai mereka akan menyesal karena telah membelinya. Maka untuk menhilangkan perasaan tersebut mereka akan pergi untuk berbelanja lagi (Benson, 2000)

Mahasiswa yang suka akan berbelanja mereka biasanya ingin melampiaskan emosi negative dan juga untuk di akui di lingkungan sekitar agar mendapat pujian dan dihargai oleh teman-temanya. Didalam lingkup kelompok, agar di terima menjadi anggotanya, seseorang harus bisa menjalankan kebiasaan sesuai dengan keadaan kelompok tersebut, sama halnya dengan kelompok remaja jika ingin diakui oleh teman-temanya mereka juga harus bisa mengikuti arus dikelompoknya. Dengan menggunakan barang-barang yang sesuai dengan trend nya remaja akan merasa senang ketika mendapat pujian dari temanya (Zumrotus, 2014).

Menurut Edwards (1996) ada beberapa faktor yang mempengaruhi remaja untuk melakukan *compulsive buying* salah satunya adalah *approval seeking* dan *avoidance coping.* Dimana *approval seeking* adalah dimana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seseorang membeli suatu barang untuk mendapatkan pujian dari individu lain agar diri sendiri menjadi bahagia. Jadi kebutuhan individu untuk menerima pujian dari individu lain walaupun hanya untuk sementara waktu dapat mempengaruhi pembelian komplusif. Semakin orang senang mendapatkan pujian ketika memakai barang yang baru atau bagus, semakin orang itu akan menjadi seseorang yang komplusif. Kebanyakan individu melakukan kegian berbelanja guna mendapatkan pujian dari orang lain (O'Guinn & Faber dalam Zumrotus 2014). Sedangkan *avoidance coping* ialah kecenderungan untuk menggunakan metode coping dengan cara menghindar dari permasalahan yang di hadapinya dengan cara berbelanja atau melakukan yang dia sukai (Desarbo & Edwards, 1996). Coping berfokus pada kognitif dan usaha dalam keseharian dalam rangka untuk mengelola konflik eksternal dan internal yang membebani individu (Cohen, 1987 dalam Desarbo dan Edward 1996).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wagner (2009) mengenai gaya hidup *shopping mall* dengan responden remaja SMP, SMA, Mahasiswa, dari hasil penelitian tersebut disebutkan bahwa pelaku *real shopper* adalah mahasiswa berumur 19-24 tahun (*late adolescence*) dengan presentase sebesar 57% dan kebanyakan dari mereka adalah perempuan dengan presentase 71%.

Berdasarkan pengamatan pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya peneliti ingin melihat apakah dengan letak universitas yang sekarang dikelilingi oleh beberapa tempat perbelanjaan yang modern dan lengkap seperti, Royal, Cito, Maspion, Marina, Mitra10 dan beberapa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertokoan lain apakah terdapat *compulsive buying* pada mahasiswanya. Data awal berupa wawancara sederhana peneliti kepada salah satu mahasiswa di Surabaya yang di peroleh hasil 4 dari 6 orang mahasiswa menyatakan bahwa mahasiswa seringkali membeli barang yang sebenarnya mereka tidak terlalu butuhkan dan sebenernya mereka juga sudah memilikinya tetapi dengan warna bentuk dan model yang berbeda. Dari pengakuan mahasiswa tujuan mereka membeli barang-barang tersebut agar tidak tertinggal trend oleh teman-temanya, mereka mengatakan bahwa dengan mereka menggenakan barang-barang baru atau berbeda setiap harinya mereka selalu di puji oleh teman-temanya dan membuat mereka senang akan hal itu. Hal ini juga bisa dikatakan sebagai *approval seeking*. Menurut Faber dan O'Guinn (dalam Fenny, 2014) pembeli yang kompulsif memiliki kebutuhan untuk mendapatkan sebuah pujian dari individu lain agar dirinya merasa senang saat diberi pujian, individu melakukan kegiatan berbelaja guna mendapatkan pujian dari orang lain.

Mereka juga bercerita bahwa dengan kondisi mereka sebagai mahasiswa yang hampir setiap harinya banyak tuntutan tugas dari pengajarnya membuat mereka ingin mencari hal yang membuat mereka senang, mereka lebih memilih ke *mall* untuk sejenak menenangkan fikiran walaupun hanya sekedar makan, menonton ataupun berbelanja. Tindakan seperti ini juga bisa dinamakan sebagai *avoidance coping*. Individu yang merasa dirinya menjauhi permasalahan yang dihadapi cenderung melakukan perilaku *compulsive*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

buying sebagai upaya untuk menjauhkan diri dari tuntutan lingkungan yang menekan serta mengalihkan pikiran untuk menjauhkan diri dari stressor kehidupan (Otero-Lopes, dalam Djudiyah 2019). Beberapa barang yang sering mereka beli seperti baju, tas dan sepatu karena menurut mereka itu adalah kebutuhan untuk suatu penampilan agar terlihat menarik.

Masalah *compulsive buying* juga bisa terjadi pada mahasiswa di Surabaya. Mahasiswa yang seharusnya masih berkewajiban untuk menyelesaikan belajarnya untuk memperoleh tujuan akhirnya yaitu sarjana dengan tepat waktu. Namun tidak sedikit mahasiswa yang bermasalah dalam prosesnya. Kebanyakan dari mereka saat merasa jenuh lebih melampiaskan untuk melakukan sesuatu yang mereka senangi. Mereka lebih memilih pergi ke *mall* karena memang tempat tempat di Surabaya yang banyak dikunjungi oleh mahasiswa adalah *mall*. Kemudian di dukung dengan letak strategis universitas yang di kelilingi oleh beberapa pertokoan besar atau *mall* dan juga *background* dari mahasiswa UINSA Surabaya itu sendiri. Penelitian ini menggunakan dasar dasar teori dari Edwards (1993). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pola kehidupan konsumtif semakin meningkat terutama di kota modern seperti di Surabaya. Pola konsumtif didominasi oleh remaja atau mahasiswa. Penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai fenomena "Hubungan *Approval Seeking* dan *Avoidance Coping* terhadap *Compulsive Buyer* pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Adakah Hubungan *Approval Seeking* dan *Avoidance Coping* terhadap *Compulsive Buying* pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya?

C. Keaslian Penelitian

Ada beberapa penelitian yang menggunakan Variabel Y (*Complusive Buyer*) yang sama tetapi variable (X) yang berbeda, diantaranya adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian persepsi terhadap pengasuhan orang tua dengan kecenderungan compulsive buying pada wanita dewasa awal di Surabaya (Rasmana & Retno Sumimar, 2017) ditemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel yang diteliti. Dengan demikian Ha pada penelitian ini ditolak dan Ho diterima. Hasil tesebut dibuktikan dengan analisis statistik dengan teknik *Person Product Moment* dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0.221 ($p>0.05$). Penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dengan penelitan sebelumnya yang juga mengaitkan hubungan antara pengasuhan orang tua dengan compulsive buying disorder.

Penelitian lain (Damar Kristanto, 2011) menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu orientasi fashion, money attitudes dan self-esteem memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku pembelian kompulsif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian yang dilakukan oleh Ratih Kumalasari (2016) menunjukkan bahwa keluarga mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam upaya penanggulangan terjadinya perilaku pembelian kompulsif pada remaja akhir di Samarinda.

Selanjutnya, Djudiyah (2019) meneliti *avoidance coping, contingent self-esteem* dan belanja komplusif, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi dengan contingent self-esteem tinggi atau memiliki harga diri (self-esteem) rendah cenderung melakukan pembelanjaan kompulsif pakaian. Belanja kompulsif pakaian yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan perasaan berharga dari reaksi positif orang lain. Kecenderungan belanja kompulsif ini juga akan semakin tinggi ketika cara mendekati permasalahan yang dimiliki avoidance coping. Ketika mereka dihadapkan problem kehidupan mereka cenderung melarikan diri dari permasalahan dengan melakukan pembelanjaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Christenson, dkk (1944) yang menunjukan pembelian secara kompulsif yang dilakukan oleh partisipan penelitian (66,7%) adanya kemiripan OCD, sedangkan partisipan lain (95,8%) menunjukan pembelian sebagai sesuatu yang mirip dengan *impulsive control disorder* (ICD). Dapat disimpulkan bahwa pembelian kompulsif memiliki kemiripan dengan OCD dan ICD, namun ICD lebih cenderung yang paling banyak dialami oleh para partisipan dalam penelitian. Dengan demikian maka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembelian kompulsif cenderung lebih memiliki kemiripan dengan ICD disbanding OCD.

Selanjutnya penelitian lain yang dilakukan oleh Mangestuti (2014) pada remaja Indonesia ditemukan model kompulsif pada remaja dalam perspektif teori belajar sosial terjadi melalui proses dinamika seperti lingkungan keluarga yang kondusif berpengaruh terhadap tinggi rendahn yaharga diri.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Teguh Lesmana, dkk (2017) hasil intervensi CBT yang diperoleh dari dua subjek dapat diambil kesimpulan bahwa CBT dapat mengatasi pembelian kompulsif belanja *online* wanita pada dwasa awal. Hal ini didasarkan berkurangnya frekuensi pembelian *online* subyek selama melakukan intervensi CBT dibulan November dibanding dengan bulan-bulan sebelumnya yang tidak mengalami intervensi CBT. Hal ini menunjukan bahwa intervensi CBT dapat diterapkan untuk mengatasi pembelian kompulsif belanja *online* yang dilakukan wanita dewasa awal.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingtias (2018) yang tentang dampak dari kecanduan internet dan materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif *online* dengan hasil pada penilitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh pada kecanduan internet dan materialism terhadap pembelian kompulsif. Semakin seseorang ;lebih sering menghabiskan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktunya untuk bermain internet serta memiliki pola pikir matrealisme cenderung memiliki perilaku kompulsif *online.*

Penelitian lain dilakukan oleh Kemal, dkk (2019), penelitian ini menunjukan hasil bahwa suasana hati, harga diri, berpengaruh positif terhadap pembelian kompulsif, sikap tentang uang sementara berpengaruh negatif terhadap pembelian kompulsif.

Penelitian Mery Ramadani (2019), hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa *compulsive buying behavior* dipengaruhi oleh *power prestige.* Sedangkan *willingness to pay, awareness about total debt owed* dan *management of income vs expenses* tidak memiliki pengaruh terhadap *compulsive buying.*

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yang mana di penelitian sebelumnya peneliti belum menemukan hasil penelitian variabel *compulsive buying* terhadap *approval seeking* sedangkan pada variabel *compulsive buying* dengan *avoidance coping* sudah ada yang meneliti sebelumnya dengan subjek yang berbeda. Kebanyakan penelitian sebelumnya menuggunakan subjek mahasiswa pada universitas favorit di Indonesia dan juga kalangan atas sedangkan pada penelitian kali ini peneliti menggunakan subjek mahasiswa UINSA Surabaya yang mana dulu di anggap sebelah mata oleh sebagian orang saat kampus masih IAIN dengan begitu peneliti ingin meneliti bahwa tidak hanya dikampus favorit yang terdapat perilaku *compulsive buying* tetapi kemungkinan di UIN Sunan Ampel Surabaya juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat perilaku *compulsive buying* karena saat ini zaman sangatlah berkembang.

D. Tujuan Penelitian

Mengacu dari rumusan masalah yang telah tertulis, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *approval seeking* dan *avoidance coping* terhadap *compulsive buyer* pada pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya**.**

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan untuk memberi sumbangan pemikiran dan referensi bagi penelitian selanjutnya, serta menambah pengetahuan berupa karya ilmiah lapangan dibidang psikologi khususnya psikologi sosial.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai salah satu informasi atau sumber untuk penelitian selanjutnya.

   b. Bagi Mahasiswa

      Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai pembelajaran atau pengatuhan akan dampak dari *compulsive buyer*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini di tulis menggunakan sistematika yang telah disusun guna untuk mempermudah setiap pembahasan. Penulisan dari penelitian ini mempunyai hasil penelitian yang telah di bagi untuk penulisanya menjadi beberapa bagian yakni bagian awal, bagian tengah dan bagian akhir. Penelitian ini memiliki keseluruhan pembahasan yakni 5 bab yang telah disusun secara sistematik, untuk mempermudah peneliti dalam mengklasifikasi maksud dan tujuan dari peneliti.

Yang di ulas pada bab I dalam skripsi ini yakni latar belakang masalah dalam penelitian, rumusan masalah penelitian, keaslian penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan terakhir sistematika pembahasan dalam sebuah skripsi.

Selanjutnya pada bab II membahas beberapa teori dari 3 variabel yang ada dalam penelitian. Pada sub bab variabel compulsive buying yang akan di bahas seperti pengertian *compulsive buying*, aspek-aspek, faktor-faktor yang mempengaruhi, tipe-tipe, tahap-tahap dan kriteria *compulsive buying*. Kemudian untuk variabel *approval seeking* akan dibahas mengenai pengertian, indicator, MLAM *scale*. Dan variabel yang terakhir yang akan dibahasa adalah pengertian *avoidance coping*, bentuk-bentuk, *functional dimension coping*, dan faktor yang mempengaruhi *strategy coping*. Pada bab II ini peneliti juga membahas hubungan appoval seeking dengan compulsive

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

buying, hubungan avoidance coping dengan compulsive buying, hubungan approval seeking dan avoidance coping dengan compulsive buying, kerangka teori dan terakhir hepotesis.

Pada Bab III ini menjelaskan tentang metode dalam penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, identifikasi variable penelitian, populasi, sampel, dan Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian, instrument yang akan membahas tentang alat ukur beserta validitas dan reliabilitasnya. Dan yang terakhir sub bab yang akan dibahas yakni mengenai analisis data yang digunakan.

Kemudian dalam bab IV ini akan dibahas semua hasil yang di dapat oleh peneliti secara rinci mulai dari awal yakni persiapan, pelaksanaan penelitian, deskripsi hasil, uji hipotesis dan juga membahas hasil dari penelitian yang akan diulas dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

Dan bagian terakhir yaitu bab V yang mana adalah penutup dalam tulisan skripsi. Isi dari bab V yakni seperti kesimpulan dari serangkaian penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dan juga saran yang ditulis peneliti kepada seseorang pembaca atau untuk penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Compulsive Buying

1. Pengertian *Compulsive Buying*

Compulsive buying pertama kali dideskripsikan oleh Kraepling (1990) dangan *oniomania* atau *buying mania* (Masita, 2017). *Complusive buying* atau pembelian komplusif adalah kesibukan dari adanya dorongan atau keinginan untuk berbelanja atau membeli sesuatu yang tidak bisa dicegah, ditahan dan tanpa proses berfikir yang panjang, membeli barang yang tidak dibutuhkan (Teguh, 2017). Sedangkan menurut O'Guinn dan Faber (1998) *compulsive buying* ialah perilaku berbelanja sesorang yang kronis dan repetitif yang merupakan respon utama pada suatu peristiwa atau perasaan negatif didalam kehidupanya (dalam Kemal, dkk, 2019).

Compulsive buying adalah suatu perilaku berbelanja yang abnormal atau tidak normal dimana perilaku berbelanja tersebut tidak terkontrol, berulang-ulang, dan memiliki keinginan atau nafsu yang kuat untuk berbelaja yang dapat dijadikan sebagai pelampiasan untuk menghilangkan perasaan negatif seperti stress dan kecemasan (Edwards (1993) dalam Laili, 2012). Pengertian *compulsive buying* juga dipaparkan oleh Mowen (2002) bahwa *compulsive buying* merupakan respons terhadap suatu dorongan yang tidak bisa dikendalikan atau keinginan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendapatkan, memakai, atau saat mengalami perasaan suatu perasaan, substansi atau suatu kegiatan yang menuntun individu untuk berulang kali terlibat dalam perilaku yang akhirnya merugikan individua tau individu lain (dalam Fenny dkk, 2014).

Menurut Park dan Burns (2005) *compulsive buyer* adalah seseorang yang tidak dapat mengatasi atau mengendalikan atau mengatasi keinginanya untuk membeli sesuatu. Konsumsi komplusif lebih mengarah kepada pembelian yang berulang, seringkali secara berlebihan, sebagai obat untuk ketegangan, kekhawatiran, depresi atau kebosanan (Solomon, 2007)

Perilaku ini juga dapat didefinisikan sebagai konsumsi yang tidak dapat di kontrol atau obsesif terhadap suatu barang atau jasa dimana sering membeli dengan jumlah banyak sehingga mungkin bisa menimbulkan kerugian bagi konsumen atau seseorang lainya (Sheth dan Mittal, 2004). Menurut *American Psychiatric Association compulsive buying* adalah bagian dari kategori lebih lanjut dari perilaku konsumsi komplusif sebagai pengulangan dari perilaku yang timbul untuk mengikuti aturan atau dalam fashion yang saat ini sedang trend (Workman, 2010). Sedangkan menurut kamus psikologi *Cambridge* komplusif diartikan sebagai suatu dorongan keinginan untuk melakukan tindakan yang tidak tertahankan yang bertentangan dengan kesadaran diri individu (dalam Hanis, 2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Chiffman dan Kanuk (2008) mengartikan *compulsive buying* adalah sebagai pembelian yang komplusif yan termasuk dalam pembelian abnormal, yang merupaka salah satu contoh dari sisi gelap konsumsi. Black et al. (1998) juga menjelaskan *compulsive buying* sebagai perilaku berbelanja dan pengeluaran uang secara tidak wajar sehingga dapat mengakibatkan gangguan atau suatu kerusakan pelampiasan dari stress atau tekanan hidup (dalam Roland, 2009).

Dari penjelasan beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *compulsive buying* adalah kegiatan berbelanja yang dilakukan secara komplusif dan berlebihan, karena suatu keinginan yang tidak bisa di tahan pada saat ingin membeli barang atau jasa dengan tujuan untuk menghilangkan beban, stress atau kecemasan yang sedang dihadapi. Perilaku ini terjadi secara berulang dan tidak terkontrol sehingga dapat menyebabkan hal negatif seperti penyesalan karena telah membelinya.

2. Aspek-aspek *Compulsive Buying*

Edwards berpendapat bahwa aspek-aspek dari compulsive buying adalah sebagai berikut (dalam Masita, 2017) :

a. Tedency to spend

Aspek ini lebih mengarah dimana kecenderungan individu untuk berbelanja dan membeli sesuatu secara berlebihan atau juga bisa disebut “periode dalam berbelanja”. Aspek ini biasanya ditandai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan banyaknya perilaku berbelanja secara berulang yang seringkali dilakukan.

b. *Compulsion/drive to spend*

Pada aspek ini lebih mengukur pada tingkat dorongan individu yang meliputi tingkat perasaan positif, implusivitas dan tindakan komplusi dalam berbelanja dan pola membeli. Pola membeli ini biasanya dilakukan secara berulang dan biasanya sering membeli suatu jenis produk yang sama.

c. *Feeling (joy) about shopping and spending*

Aspek ini menggambarkan perasaan individu tau penilaian afektif dari individu terhadap kegiatan belanja itu sendiri. Individu akan menikmati atau sebaliknya dari kegiatan berbelanja yang di lakukan. Dimensi ini akan mengukur seberapa besar seseorang menikmati kegiatan ini.

d. *Dysfunctional spending*

Pada aspek ini mengukur masalah yang muncul akibat dari perilaku belanja yang dilakukan seperti menyalahgunakan uang yang seharusnya tidak untuk berbelanja atau berhutang kepada teman untuk membeli suatu barang.

e. *Posh-purchase guilt*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Aspek ini menggambarkan perasaan menyesal, bersalah dan rasa malu yang dirasakan setelah berhasil melakukan pembelian secara berlebihan.

3. Faktor yang Mempengaruhi *compulsive buying*

Faktor yang mempengaruhi *compulsive buying* menurut Desarbo dan Edwards (1996) dibedakan menjadi dua yaitu *predispositional* dan *circumstantial* (dalam Fenny dkk, 2014) adalah:

a. Predispositional factors

Kontruk-konstruk yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan *compulsive buyer* dan mengindikasikan kecenderungan yang secara umum dapat mengarah pada *compulsive buying*.

1) Kecemasan

Pembeli yang koomplusif cenderung memliki kecemasan yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan pembeli non komplusif. Seseorang yang memiliki kecemasan akan mencari cara untuk jalan keluar agar mereka bisa lolos dari perasaan cemas tersebut. Seseorang menggunakan kegiatan berbelanja sebagai pereda untuk rasa cemas yang dirasakanya karena sudah diyakini bahwa kegiatan berbelanja merupakan kegiatan yang menyenangkan (Christensen dalam Fenny dkk, 2014).

2) Self-esteem

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Self esteem adalah evaluasi diri individu (setuju atau tidak setuju) dan sejauh mana orang itu percaya bahwa orang itu sangat berharga (coopersmith, 1990). Sesorang yang memliki self esteem yang rendah memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian komplusif . dengan melakukan pembelian komplusif seseorang biasanya memunculkan perasaan akan kekuasaan ketika melakukan kegiatan berbelanja.

3) Perfeksionisme

Seseorang yang perfeksionisme biasanya dicirikan dengan seseorang yang memiliki harapan terlalu besar atau berlebihan untuk mancapai sesuatu yang diinginkan yang lebih besar. Individu perfeksionisme yang melakukan pembelian komplusif bertujuan untuk mendapatkan otonomi, kompetensi, dan harga diri walaupun hanya sementara waktu saja. Mereka akan terus melakukan pembelian demi mencapai dan memenuhi ekspektasi dalam dirinya.

4) Fantasi

Seseorang yang komplusif saat berbelanja cenderung memiliki khayalan mengenai grandiosity dan suatu kebebasan akibat dari suatu perilaku yang sudah dilakukan. Fantasi tersebut berada pada saat inddividu tersebut melakukan kegiatan berbelanja yang seakan-akan saat berbelanja masalah tersebut menghilang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Implusivitas

Perilaku pembelian komplusif juga dapat dikatakan sebagai sebuah perilaku yang sulit untuk dikendalikan karena dorongan yang terlalu kuat. Seseorang yang komplusif juga bisa dikatakan implusif karena implusif masih bagian dari komplusif. Implusivitas berpengaruh terhadap *compulsive buying* karena dipicu oleh rangsangan eksternal, dengan kata lain *implusive buying* dapat diartikan sebagai compulsive *buying* tetapi dalam level rendah.

6) Komplusivitas umum

Individu yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri berperilaku komplusif seperti menunda pekerjaan, sering mengalami kebimbangan, pola makan tidak teratur, kecanduan alcohol dan obat. Individu yang memiliki ciri-ciri tersebut biasanya kecenderungan untuk melakukan untuk melakukan pembelian komplusif.

7) Dependence

Individu yang suka bergantung pada individu lain memiliki kecenderungan untuk berperilaku komplusif untuk membeli, keinginan untuk terlihat berharga di depan orang lain, atau takut tentang apa yang dipikirkan orang lain tentang dirinya dalam menentukan perilaku. Mereka selalu bergantung untuk menetukan perilaku mereka sendiri di hadapan orang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8) *Approval seeking*

Pembeli yang komplusif memiliki kebutuhan untuk mendapatkan sebuah pujian dari individu lain agar dirinya merasa senang saat diberi pujian. Individu melakukan kegiatan berbelanja guna mendapatkan pujian dari orang lain (O'Guinn & Faber dalam Fenny, 2014). Pembelian yang komplusif akan terus berulang ketika individu tersebut merasa berhasil dan meyakini bahwa dengan kegiatan berbelanja yang mereka lakukan bisa muncul rasa bahagia dengan mendapat pujian dari orang lain karena kegiatan berbelanja yang mereka lakukan.

9) *Locus of control*

Pembeli yang komplusif memiliki kebutuhan besar untuk mengendalikan dalam kehidupan mereka untuk menghadapi rasa tidak aman, ketakutan,dan kecemasan. Pembeli komplusif terjebak dalam situasi dimana kecanduan berbelanja yang mereka lakukan adalah pelarian semntara. Mereka juga dipengaruhi oleh lingkungan, dan bergantung pada ketakutan luar daripada dengan perilaku mereka sendiri. Jadi pembeli komplusif menganggap diri mereka dikendalikan secara eksternal, dan mereka mecari rasa kontrol dengan cara aktifitas pengeluaran yaitu dengan berbelanja.

10) Depresi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perasaan depresi adalah perasaan yang tidak menyenangkan. Pembeli komplusif melakukan. Tujuan individu melakukan pembelian komplusif untuk keluar dari perasaan yang membuat dirinya tidak menyenangkan.

b. *Circumstansial factors*

Faktor yang dihasilkan oleh individu saat ini dan juga dapat memicu munculnya perilaku *compulsive buying*.

1) *Avoidance coping*

Suatu kecenderungan untuk menggunakan metode coping dengan cara menghindar dari suatu permasalahan. Jadi seseorang yang melakukan pembelian komplusif adalah seseorang yang melampiaskan atau menghindari suatu permasalahan atau perasaan negatif dari kehidupanya.

2) *Denial*

Penyangkalan yang dilakukan karena adanya suatu permasalahan yang dihadapi oleh individu yang melakukan belanja secara komplusif. Bagi pembeli komplusif, denial merupakan cara untuk menghindari rasa cemas, marah, takut dan emosi lainya yang biasanya tidak ada hubungan dengan kegiatan berbelanja.

3) *Isolation*

Adanya dugaan bahwa pembelian komplusif merupakan gambaran dari perilaku seseorang yang terisolasi dari lingkungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosialnya. Kemudian isolasi tersebut mangakibatkan beberapa individu memiliki tingkah laku berlebihan yang tidak diterima oleh orang secara social menyebabkan individu menjadi pembeli komplusif. Adanya kebutuhan berkomunikasi dengan individu lain mendorong seseorang untuk berbelanja secara komplusif untuk berbelanja di toko, karena pembeli ingin mendapatkan perhatian dari penjual toko.

4) Materialisme

Menurut beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukan bahwa *compulsive buyer* lebih cenderung matrealistik dibandingkan dengan pembeli non komplusif.

4. Tipe-Tipe Perilaku *Compulsive Compulsive*

Edwards mengembangkan *Compulsive Buying Scale* (CBS) untuk mengklasifikasikan tingkatan komplusifitas pembeli dalam berbelanja. Dalam hal ini ada lima tipe perilaku compulsive buying, yaitu: (dalam Masita, 2017)

a. *Non-compulsive level*, pada tingkat ini merupakan pembeli yang berbelanja dengan normal yaitu berbelanja yang dibutuhkan saja.
b. *Recreational spending level*, pembeli yang berbelanja dengan tujuan untuk menghilangkan stress atau merayakan sesuatu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Low (borderline) level*, pada tingkat ini sesorang berbelanja ini adalah pembeli yang berada diantara *recreational* dan komplusif.

d. *Medium (compulsive) level*, pembeli pada tingkat ini sebagian besar perilaku berbelanja dengan maksud untuk menghilangkan kecemasan.

e. *High (addicted) level*. Sama halnya dengan medium level namun, selain untuk menghilangkan kecemasan para pembeli memiliki perilaku berbelanja yang ekstrim dan membuat kesulitan atau gangguan yang serius dalam hidupnya.

5. Tahap-Tahap *Complusive Buying*

Menurut Edwards (dalam Masita, 2017) mengungkapkan terdapat suatu tahap-tahap yang menjadi penyebab seseorang berperilaku compulsive buying. Tahap tersebut disebut *spending cycle*:

a. Perasaan kekosongan diri yang dialami oleh seseorang, *self esteem* (harga diri) yang rendah, dan perasaan *incompleteness*.

b. Lingkungan disekitar mulai memberikan sinyal bahwa jika seseorang mempunyai sesuatu yang dipandang orang lain bagus, maka seseorang tersebut menjadi orang penting, berharga dan disukai banyak orang.

c. Kemudian seseorang akan berbelanja untuk memperoleh perasaan sukses dan akan menceritakan kepada lingkunganya yang akan kagum pada dirinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Ketika seseorang mulai berhutang atau kekurangan dalam hal finansialnya untuk menutupi hasrat berbelanjanya, maka orang itu akan merasa tidak memiliki keunggulan lagi, dan merasakan *incompleteness* lagi, sehingga akan kembali lagi ke tahap awal.

6. Kriteria *Compulsive Buying*

Menurut Mc Elroy (1995) memaparkan diagnostik kriteria klinis dari *compulsive buying*

a. Preokupasi yang maladaptive dalam berbelanja yang diindikasikan dengan sedikitnya satu perilaku, sebagai berikut:
   1) Tidak dapat menahan nafsu untuk berbelanja.
   2) Membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan ataupun yang sebenarnya tidak mampu dibeli, menghabiskan waktu yang lama untuk berbelanja yang tidak sewajarnya.
b. Disertai dengan adanya gangguan pada kehidupan sosial, pekerjaan dan keuangan.
c. *Compulsive buying* tidak terjadi dalam periode *hypomania* atau mania.

Sedangkan menurut Zahr (2005) menjelaskan kriteria perilaku yang termasuk *compulsive buying* dimana jika adanya lima atau empat tanda perilaku maka individu tersebut memiliki gejala perilaku *compulsive buying*, berikut kriteria pada *compulsive buying*:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Individu akan melakukan kegiatan berbelanja ketika merasakan perasaan marah, depresi, cemas atau kesepian.
b. Memiliki argumen mengenai kebiasaan berbelanja.
c. Merasa kehilangan jika tidak ada kartu kredit.
d. Memilih untuk membeli barang-barang secara kredit daripada tunai.
e. Saat berbelanja merasakan kesenangan atau euphoria.
f. Merasa bersalah dan malu sstelah berbelanja.
g. Berbohong terhadap orang lain atas jumlah nominal yang dihabiskan untuk berbelanja.
h. Terobsesi dengan uang.

B. Approval Seeking

1. Pengertian *approval seeking*

Approval seeking adalah perilaku untuk mencari persetujuan melibatkan seseorang melakukan sesuatu dengan tujuan utama untuk mendapatkan persetujuan dan perhatian orang lain (Martin dan Larsen, 1976). Menurut Paul (1990) *approval seeking* mewakili kecenderungan untuk mendukung barang-barang yang dikenakan sehingga memberikan kesan terhadap seseorang yang melihat atau responden. *Approval seeking* juga bergantung pada penerimaan orang lain terhadap dirinya, sensitif terhadap kritik dan penolakan (Patrice, dkk. 2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Homans (1974) bahwa kebutuhan untuk *social approval* merupakan faktor motivasi penting dalam perilaku manusia dan bahwa ada kecenderungan umum pada individu untuk mencari evaluasi yang menguntungkan orang lain (dalam Harry, 1984). *Approval seeking* dari orang lain merupakan menjadi salah satu motivator yang penting untuk kebanyakan perilaku manusia (Patrice Moulton, dkk. 2014). Keinginan untuk menciptakan kesan positif pada orang lain serta kebutuhan untuk mendapatkan dan mempertahankan perilaku *approval* dari orang lain dan untuk menhindari *disapproval* seseorang di sekitarnya, juga bisa dikatakan sebagai *approval motivation* (Patrice Moulton, dkk. 2014). Menurut Sulman & Silma (1974) *approval motivation* adalah kebutuhan yang juga mencukup akan dukungan sosial dan perlindungan diri. Larsen (1974) menemukan bahwa secara umum, lebih bayak individu yang berorientasi pada perilaku *approval seeking* daripada tujuan untuk mencari *disapproval.* Ramaniah, dkk (1985) mangatakan bahwa individu yang berperilaku non-asertif memiliki *approval seeking* yang lebih tinggi daripada seseorang yang asertif. Selain itu Crowne dan Marche (1964) bahwa seseorang yang memiliki *approval motivation* yang lebih tinggi lebih cenderung menyesuaikan diri dengan tekanan sosial daripada seseorang yang memiliki *approval motivation* yang rendah.

Pengamatan yang dilakukan oleh Knud S. Larsen, dkk (1976) atas interaksi interpersonal akan menunjukan bahwa oroporsi besar perilaku

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manusia ditentukan oleh *approval seeking*, terutama terhadap orang lain yang sangat mempengaruhi dan signifikan untuk dirinya. Asumsi yang mendasari skala MLAM *(Martin-Larsen Approval Motivation)* menunjukan adanya respon sosial yang ditetapkan sebagai kecenderungan untuk berperilaku *approval seeking*, *approval seeking* diukur dengan skala MLAM *(Martin-Larsen Approval Motivation)* ini telah dikaitkan dengan tuntutan situasional yang dirasakan saat ini, kesesuaian dalam percobaan takut, ditolak dan pertahanan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fishman (1965) semakin tinggi *approval seeking* lebih sedikit agresi terhadap frustasi yang didapatkan sedangkan semakin rendah *approval seeking* yang diperoleh, maka semakin tinggi agresi terhadap frustasi yang di dapatkan. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Crandal menemukan bukti bahwa skala MLAM *(Martin-Larsen Approval Motivation)* ini tidak hanya untuk mengukur *approval* tetapi juga dapat digunakan untuk mengukur *avoid disapproval*. Menurut Boyle, dkk (2015) *approval motivation* mengacu pada keinginan untuk dapat menyenangkan orang lain dan untuk menghindari *disapproval*. Secara alami, kebutuhan akan approval seseorang merupakan faktor positif yang merangsang integrase sosial (Georgeta Panisoara, 2015). Menurut Larsen (1976*)* *approval seeking* dapat dianggap sebagai sikap yang positif terhadap pengakuan dari orang lain yang signifikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Larsen dan Martin (1976) *approval seeking* sebagai bagian dari dimensi kepribadian yang berhubungan dengan harga diri yang rendah. Tentu saja orang-orang yang memiliki kepribadian yang aman atau kuat (puas dengan konsep diri mereka sendiri) akan jarang untuk meminta *approval seeking* dari orang lain. Begitu juga a*pproval seeking* yang rendah juga akan memungkinkan untuk memunculkan *locus of control* berada pada diri individu.

Tindakan ini juga dapat memastikan *approval* dari orang lain yang dianggapnya penting dan dapat dikatakan sebagai bentuk dari perilaku *approval seeking.* Menurut Larsen, dkk (1976) cara untuk mendapatkan *approval seeking* dari orang lain yang menurutnya penting adalah dengan cara lebih tinggi dalam hal sosial, fisik dan penampilan daripada anggota masyarakat lainya pada dimensi sosialnya. Jadi seseorang jika ingin mendapatkan *approval* dari orang lain mereka harus memiliki *grade* yang tinggi daripada masyarakat sekitarnya. Seperti saja jika seseorang ingin di puji karena ia memakai sesuatu yang di kenakan ia harus selalu *update* agar tidak tertinggal dan mendapatkan *approval* dari orang lain. Dalam masyarakat yang kompetitif, *approval* diberikan kepada mereka yang "menang" maksutnya adalah yang paling menonjol dari masyarakat lain dalam hal baik. Ringkasnya, sebuah hubungan yang diprediksi antara *approval seeking* dan *self esteem*, *external locus of control*, sikap fasis dan persaingan (Lydia Neave, 2019)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Fishman (1965) hubungan antara *approval seeking* dengan agresi tampaknya berbanding lurus atau memiliki hubungan yang sama. Di dalam peenelitian itu dijelaskan bahwa *approval seeking* yang tinggi dapat memunculkan kurangnya agresif daripada *approval seeking* yang rendah. Larsen (1976) juga menemukan bahwa *approval seeking* lebih menunjukan penolakan terhadap *outgrup.*

Approval seeking dianggap positif terkait dengan tingkat konsumsi yang mencolok, seperti penelitian yang dilakukan oleh Zhan dan He (2012) menunjukan bahwa adanya pengaruh sosial seperti, perubahan perilaku untuk memenuhi tuntutan lingkungan sosialnya, sangat berkorelasi dengan merek mewah dan ingin membelinya. Selain itu Tsai (2005) menunjukan bahwa konsumen yang memiliki sosial yang bagus daripada pribadinya lebih termotivasi untuk memiliki merek mewah untuk dimiliki dengan tujuan agar berpenampilan bagus di depan teman sebayanya. Dengan demikian rentan *compulsive buying* dapat terlihat dari konsumsi yang berlebihan atau mencolok untuk mencari *approval* dari orang lain. Mereka mungkin melakukan *approval seeking* karena takut tidak di terima di lingkungan sosialnya.

2. Indikator *Approval Seeking*

Menurut Martin dan Larsen (1976) mengungkapkan beberapa indikator *approval seeking* yang meliputi:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Mencari Perhatian dari Orang Lain

Approval seeking adalah perilaku untuk mencari persetujuan melibatkan seseorang melakukan sesuatu dengan tujuan utama untuk mendapatkan persetujuan dan perhatian orang lain.

b. Harga Diri

Tentu saja orang-orang yang memiliki kepribadian yang aman atau kuat (puas dengan konsep diri mereka sendiri) akan jarang untuk meminta *approval seeking* dari orang lain. Begitu juga a*pproval seeking* yang rendah juga akan memungkinkan untuk memunculkan *locus of control* berada pada diri individu.

c. Pengakuan dari Orang Lain

Approval seeking dapat dianggap sebagai sikap yang positif terhadap pengakuan dari orang lain yang signifikan. Keinginan untuk menciptakan kesan positif pada orang lain serta kebutuhan untuk mendapatkan dan mempertahankan perilaku *approval* dari orang lain dan untuk menhindari *disapproval* seseorang di sekitarnya

d. Harus Lebih Tinggi Dimensi Sosialnya dari Orang Lain

Cara untuk mendapatkan *approval seeking* dari orang lain yang menurutnya penting adalah dengan cara lebih tinggi dalam hal sosial, fisik dan penampilan daripada anggota masyarakat lainya pada dimensi sosialnya. Dalam masyarakat yang kompetitif, *approval*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diberikan kepada mereka yang “menang” maksutnya adalah yang paling menonjol dari masyarakat lain dalam hal baik.

3. MLAM *Scale (Martin-Larsen Approval Motivation)*

Skala MLAM yang di kemukakan oleh Martin dan Larsen (1984) adalah alat ukur yang dignakan untuk mengukur *approval seeking* seseorang, yang terdiri dari 20-item laporan diri yang merupakan kebutuhan untuk evaluasi yang *favorable* dari seseorang. Item merujuk pada sejumlah dimensi dimana kekhawatiran dengan evaluasi dan *approval* dapat muncul, termasuk dianggap baik, di sukai, dan membuat kesan yang baik (Mark R. Leary, 2016). Semua item MLAM dinilai pada skala 5 poin mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, skor yang lebih tinggi menunjukan *approval* yang dimiliki juga lebih tinggi pula. Dalam penelitian ini, MLAM membuktikan keandalan konsistensi internal yang baik, memiliki *alpha Cronbach* masing-masing 0,74 dan 0,70 di dua titik penilaian.

Subjek yang mendapat skor tinggi dalam *approval motivation* lebih memperdulikan dengan citra publik mereka dan pandangan orang lain serta lebih termotivasi untuk mengelola kesan publik mereka dengan cara mendapatkan (James B. Hittner, 2014). Perbandingan korelasi untuk bentuk Panjang dengan ukuran kepribadian lainya (misalnya, harga diri, toleransi terhadap ambiguitas, kesadaran diri, self-monitoring)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menunjukan bahwa bentuk pendek menghasilkan pola asosiasi yang sama dengan bentuk panjang, meskipun besarnya dari beberapa korelasi berbeda untuk versi panjang dan pendek (Mark R. Leary, 2016).

MLAM *scale* terdiri dari beberapa indikator yang dikemukakan oleh Martin dan Larsen (1976) yaitu sebagai berikut:

a. Mencari perhatian dari orang lain
b. Harga diri
c. Pengakuan dari orang lain
d. Harus lebih tinggi dimesi sosialnya dari orang lain.

C. Avoidance Coping

1. Pengertian *avoidance coping*

Avoidance coping merupakan salah satu bentuk dari *strategy coping*. Disini yang dimaksud strategi coping adalah cara yang dilakukan untuk mengatasi sebuah ancaman yang bersumber dari dalam diri sendiri maupun dari luar (Freud dalam Anggit, 2015). Folkman dan Lazarus (1998) juga mengartikan *strategy coping* adalah suatu proses yang diiringi dengan suatu usaha dengan tujuan untuk merubah tingkah laku seeorang secara konstan untuk mengatur dan mengendalikan tuntutan eksternal atau internal yang dimungkinkan akan dapat membebani individu tersebut (Nindya, 2013). Sedangkan menurut John dan MacArthur, Cateherine (1998) *strategy coping* adalah upaya yang berbentuk mental ataupun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perilaku, untuk menguasai, mentoleransi, meminimalisir atau mengurangi kejadian atau situasi yang penuh dengan sebuah tekanan.

Menurut Weiten dan Llyod (dalam Mashudi, 2012) *coping* merupakan upaya untuk mengelola, mengatasi dan mengurangi suatu ancaman karena stress yang dialaminya. Sedangkan menurut Chaplin (2006) coping adalah suatu perilaku dimana seseorang melakukan satu interaksi dengan lingkungan sekitarnya dan bertujuan untuk menyelesaikan tugas atau masalahnya. Pendapat lain juga diungkapkan oleh Taylor (2012) bahwa coping ialah pikiran dan tingkah laku yang digunakan untuk memproses tuntutan internal dan eksternal dari situasi yang menekan (dalam Natasha, 2018).

Dari penjelasan beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa coping adalah suatu usaha atau kemampuan seseorang untuk mengurangi ancaman atau meminimalisir keadaan dari beberapa permasalahan atau tekanan yang dihadapinya.

Sedangkan menurut Higgins dan Endler (2013) *avoidance coping* merupakan pelepasan baik secara mental maupun fisik dari situasi yang dianggap mengancam (Fanny, 2018). *Avoidance strategies* atau juga bisa disebut *avoidance coping* adalah usaha kognitif sesorang yang berusaha untuk menyangkal atau meminimalisir penyebab stress sebagai ussaha yang muncul dalam perilaku untuk menghindar atau menarik diri akibat dari penyebab stress (Djudiyah, 2019). Pendapat lain juga diungkapkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh Mochammad Said (2019) avoidance coping adalah upaya untuk menghadapi sesuatu atau menerima stressor kehidupan seseorang dengan cara mencari *alternative reward* dengan melepaskan emosi.

2. Bentuk *Avoidance Coping*

Menurut Aldwin dan Revenson (dalam Natasha, 2018) membagi *avoidance coping* atau *Emotional focused coping* menjadi beberapa bagian, yaitu sebagai berikut:

a. *Escapism* (melarikan diri dari masalah) perilaku menghindar dari sebuah masalah dengan cara membayangkan atau berimajinasi seandainya berada dalam keadaan lain yang membuatnya lebih senang daripada dengan situasi sekarang yang sedang terjadi pada dirinya, bisa juga dengan merokok atau dengan atau tidur.
b. *Minimization* (menganggap masalah seringan mungkkin) tindakan menghindar dari suatu masalah dengan menganggap seakan-akan masalah yang dihadapi saat ini itu jauh lebih ringan daripada sebenarnya.
c. *Self Blame* (menyalahkan diri sendiri) merupakan cara seseorang saat menghadapi masalah dengan cara menyalahkan serta menghukum diri secara berlebihan sambil menyesali tentang apa yang telah terjadi.
d. *Seeking Meaning* (mencari hikmah yang tersirat) proses dimana seseorang mencari arti dari sebuah kegagalan yang sedang dialami

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi dirinya sendiri dan belajar untuk mengambil segi-segi yang menurutnya penting dalam kehidupanya.

3. *Functional Dimension Coping*

Functional dimension coping (FDC) merupakan suatu skala yang dirancang oleh Ferguson dan Cox (1997) untuk menilai seseorang dalam menghadapi dan juga menetukan tujuan untuk menghadapi stress memiliki 4:

a. *Approach* adalah perilaku yang menunjukan seseorang untuk percaya dengan mengabaikan permasalahan yang sedang dihadapi.
b. *Avoidance* adalah perilaku yang menunjukan seseorang yang mengabaikan permasalaahan yang saat ini terjadi.
c. *Emotional regulation* adalah perilaku yang menunjukan bahwa akan ada suatu konsekuensi emosional dalam menghadapi suatu masalah.
d. *Reappraisal* ialah perilaku seseorang untuk menyelesaikan masalah dengan cara menerima suatu masalah secara positif.

4. Faktor yang mempengaruhi *strategy coping*

Faktor-faktor yang mempengaruhi *strategy coping* menurut Muta'adin (2002) adalah sebagai berikut:

a. Kesehatan fisik

Sehat merupakan hal terpenting untuk mengeluarkan tenaga yang cukup besar dalam menghadapi stress.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Keyakinan atau pandangan positif

Yakin disini berhubungan dengan *locus of control*, sedangkan *locus of control* ini sendiri berkaitan dengan harapan dan karakter kepribadian umum individu tentang apa yang akan dicapai nanti.

c. Ketrampilan memecahkan masalah

Ketrampilan ini sangat berkaitan dengan kemampuan individu untuk menganalisis suatu masalah sehingga dapat dipecahkan (Mu'tadin, 2002). Dalam kemampuan ini meliputi ketrampilan mencari informasi, mengidentifikasi masalah, melihat situasi sehingga munculah alternatif untuk tindakan dan mempertimbangkan apakah tindakan yang dilakukan tersebut sesuai akan hasil yang dicapai.

d. Ketrampilan sosial

Menurut Mu'tadin (2002) ketrampilan sosial berkaitan bagaimana individu tersebut untuk membangun dalam sebuah hubungan dengan orang lain beserta norma dan peraturan yang berlaku di masyarakat.

e. Dukungan sosial

Hal ini juga disebut sebagai pemenuhan secara emosional dan informasi dari orang-orang terdekat seperti keluarga, teman atau saudara.

f. Materi

Disini dijelaskan bahwa materi sangat berkaitan dengan barang-barang penunjang, keuangan atau layanan yang dapat dibeli.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Ciri-Ciri Individu yang mengalami *avoidance coping*

Menurut Ian Ianah (2008) bahwa perilaku avoidance coping memiliki beberapa ciri-ciri sebagai berikut:

a. Perilaku coping adalah proses belajar strategi yang sifatnya tidak otomatis, akan tetapi dapat berubah-ubah secara konstan dan perlu dievaluasi.
b. Mampu menggambarkan untuk mengatur situasi.
c. Merupakan hasil dari proses kognitif.

Ia juga menjelaskan bahwa *coping escape avoidance* ini memiliki ciri adanya *wishful thinking* (seperti berharap bahwa situasi akan cepat berlalu atau bagaimanapun pasti akan berakhir) serat kecenderungan individu melarikan diri atau bisa dikatakan menghindar dari situasi stress yang dialaminya (Saifullah, 2019).

D. Hubungan *Approval Seeking* dan *Avoidance Coping* Terhadap *Compulsive Buying* Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya

Approval seeking adalah perilaku untuk mencari persetujuan melibatkan seseorang melakukan sesuatu dengan tujuan utama untuk mendapatkan persetujuan dan perhatian orang lain (Martin dan Larsen, 1976). Menurut Paul (1990) *approval seeking* mewakili kecenderungan untuk mendukung barang-barang yang dikenakan sehingga memberikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesan terhadap seseorang yang melihat atau responden. *Approval seeking* juga bergantung pada penerimaan orang lain terhadap dirinya, sensitif terhadap kritik dan penolakan (Patrice, dkk. 2014).

Menurut Larsen, dkk (1976) cara untuk mendapatkan *approval seeking* dari orang lain yang menurutnya penting adalah dengan cara lebih tinggi dalam hal sosial, fisik dan penampilan daripada anggota masyarakat lainya pada dimensi sosialnya. Jadi seseorang jika ingin mendapatkan *approval* dari orang lain mereka harus memiliki *grade* yang tinggi daripada masyarakat sekitarnya. Seperti saja jika seseorang ingin di puji karena ia memakai sesuatu yang di kenakan ia harus selalu *update* agar tidak tertinggal dan mendapatkan *approval* dari orang lain. Selain itu Tsai (2005) menunjukan bahwa konsumen yang memiliki sosial yang bagus daripada pribadinya lebih termotivasi untuk memiliki merek mewah untuk dimiliki dengan tujuan agar berpenampilan bagus di depan teman sebayanya. Dengan demikian rentan *compulsive buying* dapat terlihat dari konsumsi yang berlebihan atau mencolok untuk mencari *approval* dari orang lain. Mereka mungkin melakukan *approval seeking* karena takut tidak di terima di lingkungan sosialnya.

Avoidance coping merupakan salah satu bentuk dari *strategy coping*. Disini yang dimaksud strategi coping adalah cara yang dilakukan untuk mengatasi sebuah ancaman yang bersumber dari dalam diri sendiri maupun dari luar (Freud dalam Anggit, 2015). Hal tersebut berkaitan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan bagaimana individu menghadapi situasi yang terlalu stress atau kegelisahan yang berlebihan. Anak anak muda yang cenderung memiliki strategi *avoidance coping* tinggi cenderung menjauhkan diri dari pikiran dan perilakunya untuk mengatasi tuntutan lingkungan yang menekan dirinya (Moos dalam Djudiyah, 2019).

Mereka berusaha mencari aktivitas pengganti, menarik diri dan menjauhi sumber stress, pasif dalam merespon, merasa tidak berdaya dan tidak memiliki harapan (Lazarus dalam Djudiyah, 2019). Dengan demikian individu yang merasa dirinya menjauhi permasalahan yang dihadapi cenderung melakukan perilaku *compulsive buying* sebagai upaya untuk menjauhkan diri dari tuntutan lingkungan yang menekan serta mengalihkan pikiran untuk menjauhkan diri dari stressor kehidupan (Otero-Lopes dal Djudiyah, 2019). Hasil penelitian dari Djudiyah (2019) juga menjelaskan bahwa jika perilaku *compulsive buying* akan semakin tinggi ketika cara mendekati permasalahan yang dimiliki *avoidance coping* semakin tinggi juga.

Menurut Martin dan Larsen (1976) *approval seeking* ialah perilaku mencari persetujuan dari orang lain untuk mendapatkan perhatian dari orang lain. Mochammad Said (2019) mengungkapkan bahwa *avoidance coping* adalah upaya untuk menghadapi sesuatu atau menerima stressor kehidupan seseorang dengan cara mencari *alternative reward* dengan melepaskan emosi. Sedangkan *compulsive buying* menurut Edwards

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1993) adalah suatu perilaku berbelanja yang abnormal atau tidak normal dimana perilaku berbelanja tersebut tidak terkontrol, berulang-ulang, dan memiliki keinginan atau nafsu yang kuat untuk berbelaja yang dapat dijadikan sebagai pelampiasan untuk menghilangkan perasaan negative seperti stress dan kecemasan (dalam Laili, 2012). Faktor perilaku *compulsive buying* itu sendiri salah satunya adalah *approval seeking* dan *avoidance coping* (Edwards, 1993).

Dimana seseorang melakukan hal tersebut di landasi karena beberapa faktor salah satunya adalah *approval seeking*, hasil penelitian yang dilakukan oleh Tsai (2005) menunjukan bahwa konsumen yang memiliki sosial yang bagus daripada pribadinya lebih termotivasi untuk memiliki merek mewah untuk dimiliki dengan tujuan agar berpenampilan bagus di depan teman sebayanya. Paul (1990) juga menjelaskan bahwa *approval seeking* mewakili kecenderungan untuk mendukung barang-barang yang dikenakan sehingga memberikan kesan terhadap seseorang yang melihat atau responden. Jadi seseorang bisa saja melakukan kegiatan berbelanja dengan tujuan untuk mendapatkan pujian dan diterima di lingkungan sekitar sehingga memiliki sosial yang bagus. Sedangkan faktor lain yang mempengaruhi *compulsive buying* adalah *avoidance coping*, hasil penelitian dari Djudiyah (2019) juga menjelaskan bahwa jika perilaku *compulsive buying* akan semakin tinggi ketika cara mendekati permasalahan yang dimiliki *avoidance coping* semakin tinggi juga. Jadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jika seseorang yang semakin menghindar dari permasalahan maka perilaku *compulsive buying* juga semakin tinggi. Hal ini dikarenakan untuk mengurangi tekanan yang dirasakan saat menerima permasalahan tersebut.

Dari beberapa pernyataan tersebut bahwa *compulsive buying* itu sendiri di pengaruhi oleh beberapa faktor dan salah satunya adalah *approval seeking* dan *avoidance coping* hal ini juga diungkapkan oleh Edwards (1993) yang membagi faktor *compulsive buying* menjadi dua bagian yaitu *predictional factors* yang dibagi lagi menjadi beberapa faktor dan salah satunya adalah *approval seeking.* Kemudian *circumstansial factors* yang dibagi lagi menjadi beberapa faktor salah satunya adalah *avoidance coping*. Untuk saat ini peneliti belum menemukan jurnal atau teori yang mendukung tentang hubungan *approval seeking* dan *avoidance coping* terhadap *compulsive buying.*

E. Kerangka Teoritik

Compulsive buying adalah suatu perilaku berbelanja yang abnormal atau tidak normal dimana perilaku berbelanja tersebut tidak terkontrol, berulang-ulang, dan memiliki keinginan atau nafsu yang kuat untuk berbelaja yang dilakukan berulang-ulang, dan memiliki keinginan kuat untuk berbelanja yang dapat dijadikan sebagai pelampiasan untuk menghilangkan perasaan negatif seperti stress dan kecemasan (Edwards (1993) dalam Laili,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2012). Perilaku compulsive buying terjadi pada remaja akhir yakni antara umur 19-24 tahun. Dalam penelitian ini berfokus pada mahasiswa. Seorang mahasiswa dapat memiliki perilaku compulsive buying karena dua faktor yaitu *Predispositional factor* dan *Circumstansial factor. Predispositional factor* adalah konstruk-konstruk yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan compulsive buyer dan mengindikasikan kecenderungan yang secara umum dapat mengarah pada *compulsive buying,* berupa *approval seeking*, kebutuhan untuk menerima pujian dari individu lain walaupun hanya untuk sementara waktu, hal tersebut dapat memicu terjadinya pembelian secara kompulsif. Individu melakukan kegiatan tersebut guna untuk mendapatkan pujian dari seseorang (O'Guinn & Faber dalam Edwards dan Desarbo, 1996). Kegiatan berbelanja akan terus berulang ketika individu merasa berhasil dan meyakini bahwa dengan kegiatan berbelanja yang dilakukan dapat mendatangkan perasaan bahagia dan mendapat pujian (Hanis, 2014). Menurut Tsai (2005) menunjukan bahwa konsumen yang memiliki sosial yang bagus daripada pribadinya lebih termotivasi untuk memiliki merek mewah untuk dimiliki dengan tujuan agar berpenampilan bagus di depan teman sebayanya. Dengan demikian rentan *compulsive buying* dapat terlihat dari konsumsi yang berlebihan atau mencolok untuk mencari *approval* dari orang lain. Mereka mungkin melakukan *approval seeking* karena takut tidak di terima di lingkungan sosialnya. Menurut Scmitz (Letty & David, 2010) menyatakan bahwa gangguan perilaku *compulsive* terjadi karena tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

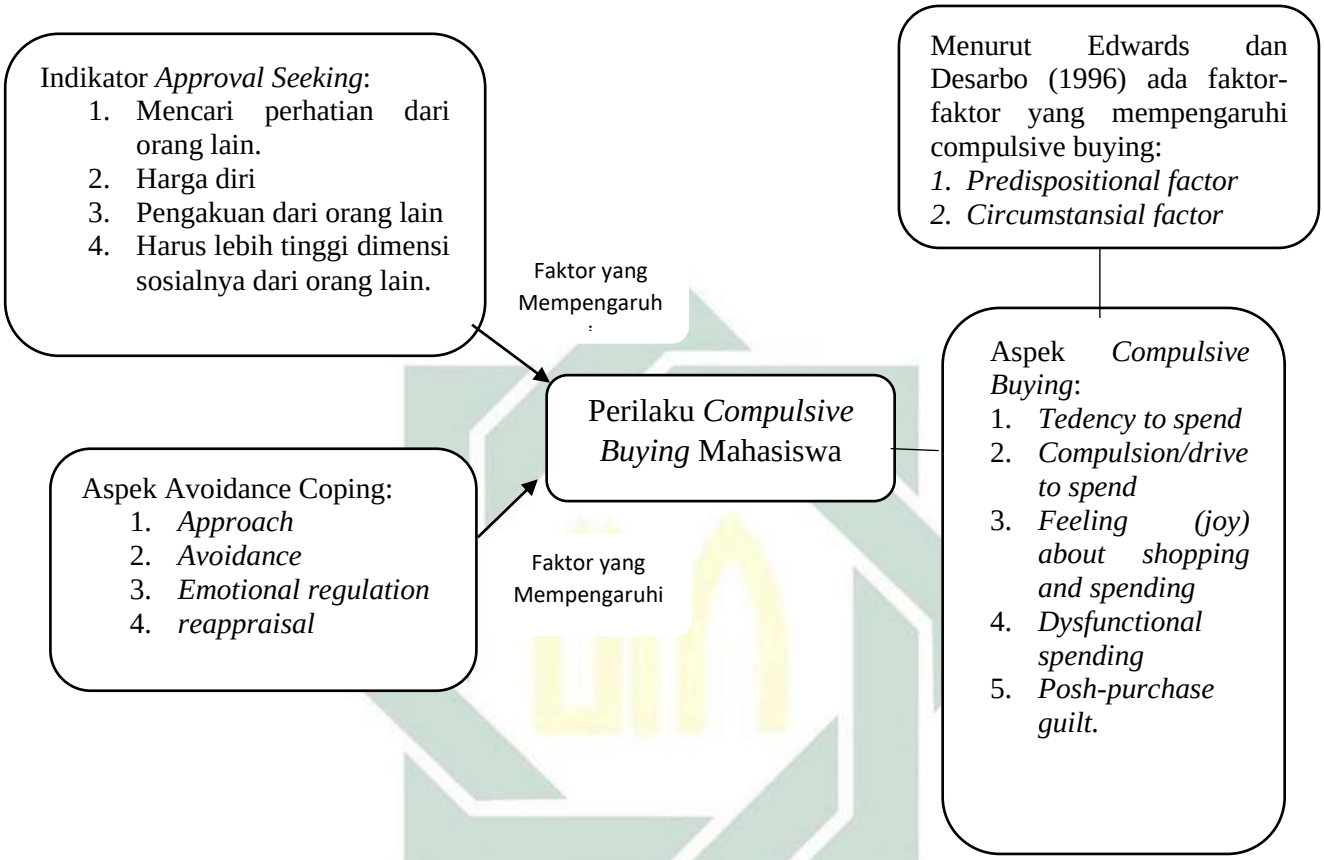
berfungsinya rangkaian neuron dengan baik dan adanya perilaku berbasis imbalan, yaitu ketika seseorang berbelanja, seseorang akan menerima perasaan yang lebih menyenangkan daripada sebelumnya.

Circumstansial factor adalah faktor yang dihasilkan oleh individu saat ini dan juga dapat memicu munculnya perilaku *compulsive buying*, berupa *avoidance coping*. Coping berfokus pada kognitif dan usaha dalam rangka untuk mengelola eksternal dan internal yang membani individu (Hanis, 2014). Hal tersebut berkaitan dengan bagaimana individu menghadapi situasi yang terlalu stress atau kegelisahan yang berlebihan. Anak anak muda yang cenderung memiliki strategi *avoidance coping* tinggi cenderung menjauhkan diri dari pikiran dan perilakunya untuk mengatasi tuntutan lingkungan yang menekan dirinya (Moos dalam Djudiyah, 2019). Mereka berusaha mencari aktivitas pengganti, menarik diri dan menjauhi sumber stress, pasif dalam merespon, merasa tidak berdaya dan tidak memiliki harapan (Lazarus dalam Djudiyah, 2019). Dengan demikian individu yang merasa dirinya menjauhi permasalahan yang dihadapi cenderung melakukan perilaku *compulsive buying* sebagai upaya untuk menjauhkan diri dari tuntutan lingkungan yang menekan serta mengalihkan pikiran untuk menjauhkan diri dari stressor kehidupan (Otero-Lopes dal Djudiyah, 2019). Hasil penelitian dari Djudiyah juga menjelaskan bahwa jika perilaku *compulsive buying* akan semakin tinggi ketika cara mendekati permasalahan yang dimiliki *avoidance coping* semakin tinggi juga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2.1

Kerangka teoritik *compulsive buying*



F. Hipotesis

H_a1 : Terdapat hubungan antara *approval seeking* dengan *compulsive buying* pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

H_a2 : Terdapat hubungan antara *avoidance coping* dengan *compulsive buying* pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

H_a3 : Terdapat hubungan antara *approval seeking* dan *avoidance coping* dengan *compulsive buying* pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional yang mana untuk menguji suatu teori-teori yang ada dengan meneliti beberapa variabel yang akan diukur dalam penelitian ini dengan menggunakan instrument penelitian. Jadi, penelitian ini yaitu menjelaskan dan mendeskripsikan masing-masing variabel X_1 yakni *approval seeking*, X_2 *Avoidance coping* dan variabel Y yaitu *compulsive buying* dengan menggunakan data berupa angka kemudian menjelaskan hubungan kedua variabel melalui uji hipotesis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y.

B. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek untuk pengamatan pada penelitian, atau bisa dikatakan sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang akan di teliti, berikut variable yang ada pada penelitian ini:

Variabel Independent / Bebas (X_1) : (X_1) *Approval Seeking*

(X_2) : (X_2) *Avoidance Coping*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Variabel Dependent / Terikat (Y) : (Y) *Compulsive Buying*

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independent / Bebas (X_1), *Approval Seeking*

   Approval seeking adalah perilaku untuk mencari persetujuan melibatkan seseorang melakukan sesuatu dengan tujuan utama untuk mendapatkan persetujuan dan perhatian orang lain. Indikator dari *approval seeking* ada 4 yaitu mencari perhatian dari orang lain, harga diri, pengakuan dari orang lain, dan harus lebih tinggi dimensi sosialnya dari orang lain

2. Variabel Independent / Bebas (X_2), *Avoidance Coping*

   Avoidance coping adalah upaya untuk menghadapi sesuatu atau menerima stressor seperti tekanan dalam kehidupan seseorang dengan cara mencari *alternative reward* dengan melepaskan emosi. Adapun pada variabel *avoidance coping* memiliki 4 aspek yaitu a*pproach, avoidance, emotional regulation* dan *reappraisal*

3. Variabel Dependent / Terikat (Y), *Compulsive Buying*

   Compulsive buying adalah kegiatan berbelanja yang dilakukan secara komplusif dan berlebihan, karena suatu keinginan yang tidak bisa ditahan pada saat ingin membeli barang atau jasa dengan tujuan untuk menghilangkan beban, stress atau kecemasan yang sedang dihadapi dan terjadi secara berulang, tidak terkontrol sehingga dapat menyebabkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyesalan karena telah membelinya. Pada variable ini dapat diukur dengan menggunakan 5 aspek yaitu t*edency to spend, compulsion/drive to spend, feeling (joy) about shopping and spending, dysfunctional spending, posh-purchase guilt.*

D. Populasi, Sample, dan Tehnik Sampling

1. Populasi ialah keseluruhan sasaran yang akan diteliti, dengan karakteristik dan tempat yang telah di tentukan sebelumnya oleh peneliti. Yang dianggap mampu dijadikan sebagai sumber informasi yang benar atau valid. Adapun populasi pada penelitian kali ini ialah peneliti menggunakan subjek mahasiswa UINSA Surabaya yang mana dulu di anggap sebelah mata oleh sebagian orang saat kampus masih IAIN dengan begitu peneliti ingin meneliti bahwa tidak hanya dikampus favorit yang terdapat perilaku *compulsive buying* tetapi kemungkinan di UIN Sunan Ampel Surabaya juga terdapat perilaku *compulsive buying* karena saat ini zaman sangatlah berkembang. Mahasiswa aktif semester 1-8 yang sedang menepuh jenjang Pendidikan di kota Surabaya tepatnya di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik dan fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Fakultas-fakultas ini dipilih berdasarkan dengan hasil dari 2 penelitian terdahulu yang merujuk pada tulisan Hanis Rahajeng (2014) yang melakukan penelitian pada mahasiswa fakultas ilmu politik di Universitas Negeri Yogyakarta dan Fenny Felicia, dkk (2014) yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan penelitian pada mahasiswa fakultas bisnis di Institute of Trade and Business (IT&B) Medan. Dengan menunjukan hasil adanya mahasiswa yang *compulsive buying* dengan begitu peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian *compulsive buying* pada fakultas tersebut dengan universitas yang berbeda:

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Aktif

No.	Nama Fakultas	Jumlah Mahasiswa Aktif
1.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	1.150 Mahasiswa
2.	Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	941 Mahasiswa
	TOTAL	2.091 Mahasiswa

2. Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber adanya data yang sesungguhnya pada penelitian,. Sampel yang diambil oleh peneliti merupakan perwakilan dari populasi yang diambil dari perwakilan dari 2 fakultas. Ukuran sampel diambil dengan menggunakan taraf kesalahan 5% dengan menggunakan tabel *Isaac & Michael* yang dimana ketika populasi berjumlah 2.091 Mahasiswa maka sampel di sampel sebanyak 297 subjek (Sugiyono, 2010), yang mana sampel ini merupakan perwakilan dari 2 fakultas di UIN Sunan Ampel Surabaya.
3. Teknik sampling menurut (Sugiyono, 2001) merupakan teknik pengambilan sampel untuk dijadikan sebagai sumber penelitian. Pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini, peneliti menggunakan *non-probability*. Pada teknik ini, untuk pengambilan sampel tidak dilakukan secara acak sehingga tidak semua individu dalam populasi untuk memiliki kesempatan yang sama menjadi partisipan pada sebuah penelitian (Kerlinger & Lee, 2000). Jenis *non-probability sampling* yang digunakan yaitu *incidental sampling*. Teknik sampling ini, seorang partisipan pada penelitian ini adalah subjek yang tersedia pada saat itu dan yang sesuai dengan karakteristik umum pada subjek penelitian yang sudah di tentukan (Kumar, 1999). Adapun persyaratan untuk menjadi subyek adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sunan Ampel Surabaya yang sedang menempuh semester 1-8 dan masih aktif dan juga mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik UIN Sunan Ampel Surabaya semester 1-8 dan mahasiswa aktif. Dengan itu peneliti membagi jumlah populasi menjadi 2 bagian dengan menggunakan rumus dari Slovin (dalam Riduwan, 2005). Berikut cara menghitungnya:

N = (populasi kelas / jumlah populasi keseluruhan) x jumlah sampel yang di tentukan

FEBI: N = (1.150 / 2.091) x 297

= 163.3 dibulatkan menjadi 163

FISIP: N = (941 / 2.091) x 297

= 133.6 dibulatkan menjadi 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan dengan hasil perhitungan dapat dijelaskan bahwa peneliti mengambil subyek di FEBI sebanyak 163 subyek dan di FISIP sebanyak 134 Subyek dengan total keseluruhan subyek yakni 297 subyek.

E. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, alat ukur yang digunakan adalah *approval seeking scale*, MLAM (*Martin-Larsen Aproval Motivation*) *scale* untuk mengukur *approval seeking*, *Functional dimension coping* (FDC) untuk mengukur pada variable *avoidance coping*, dan terakhir *compulsive buying scale* yang menggunakan teori dari Edwards (1996).

1. Skala *Compulsive Buying*
   a. Definisi Operasional

      Dari penjelasan beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa *compulsive buying* adalah kegiatan berbelanja yang dilakukan secara komplusif dan berlebihan, karena suatu keinginan yang tidak bisa di tahan pada saat ingin membeli barang atau jasa dengan tujuan untuk menghilangkan beban, stress atau kecemasan yang sedang dihadapi. Perilaku ini terjadi secara berulang dan tidak terkontrol sehingga dapat menyebabkan hal negatif seperti penyesalan karena telah membelinya. Pada variabel ini dapat diukur dengan menggunakan aspek menurut teori dari Edwards sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) *Tedency to spend*
2) *Compulsion/drive to spend*
3) *Feeling (joy) about shopping and spending*
4) *Dysfunctional spending*
5) *Posh-purchase guilt*

b. Alat Ukur

Variabel *compulsive buying* akan di ukur menggunakan *Compulsive buying scale* ini diadaptasi dari skripsi yang di tulis oleh Roland Yehoshua (2009) dengan reliabilitas alat 0.901 yang terdiri dari 27 item.

Tabel 3.2
Blue Print Compulsive Buying Scale

Variabel	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorable	***Unfavorable***	
Compulsive Buying	*Tendency to spend*	- Boros - Membeli barang yang tidak dibutuhkan. - Berbelanja dengan jumlah banyak.	11, 12, 13, 14, 15, 20, 22 dan 24		8
	Drive to spend	- Mudah tergiur dengan barang - Tidak dapat menahan nafsu untuk berbelanja	2, 3, 7, 9, 10, 19 dan 25		7
	Feeling about	- Perasaan yang	1, 4, 5, 6,		6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	shopping	dirasakan saat berbelanja - Mengukur kegiatan berbelanjanya. - Emosi.	8 dan 27	
	Dysfunctional spending	- Sebab akibat berbelanja - Peristiwa yang terjadi setelah berbelanja.	16, 18, dan 23	3
	Post purchase guilt	- Manfaat berbelanja - Perasaan negative yang muncul setelah berbelanja yang berlebihan.	17, 21 dan 26	3
	Total			27

c. Validitas dan Reliabilitas

1) Validitas

Validitas adalah kecermatan dan ketetapan alat ukur dalam melakukan fungsi untuk ukuranya (Azwar, 2013). Pada variabel ini menggunakan uji validitas dengan menggunakan bantuan dari *SPSS 16.0*. jika *r* hitung ≥ *r* tabel, maka instrument dikatakan valid, sedangkan jika *r* hitung ≤ maka instrument dapat dikatakan tidak valid dengan menggunakan taraf kesalahan 5% atau α = 0.05. pada penelitian kali ini subjek sebanyak 297. Muhid (2012),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengatakan bahwa nilai-nilai *r* tabel N-2= 295, maka nilai N adalah 300 dengan taraf signifikan 5 % adalah 0.113 untuk *r* tabel. Maka dengan itu jika *r* hitung ≥ 0.113 instrument dapat dikatan valid sedangkan jika jika *r* hitung ≤ 0.113 maka instrument dikatakan tidak valid.

Berikut adalah hasil dari uji skala validitas pada variabel *compulsive buying:*

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas skala *compulsive buying* pertama

No. Item	Corrected Item Total Correlation	Perbandingan r Tabel	Keterangan Diskriminasi Item
A1.	-.159	0.113	Tidak Valid
A2.	.736	0.113	Valid
A3.	.716	0.113	Valid
A4.	.492	0.113	Valid
A5.	.649	0.113	Valid
A6.	.573	0.113	Valid
A7.	.505	0.113	Valid
A8.	.640	0.113	Valid
A9.	.749	0.113	Valid
A10.	.706	0.113	Valid
A11.	.385	0113	Valid
A12.	.647	0.113	Valid
A13.	.599	0.113	Valid
A14.	.528	0.113	Valid
A15.	.669	0.113	Valid
A16.	.485	0.113	Valid
A17.	.396	0.113	Valid
A18.	.387	0.113	Valid
A19.	.705	0.113	Valid
A20.	.628	0.113	Valid
A21.	.296	0113	Valid
A22.	.545	0.113	Valid
A23.	.704	0.113	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A24.	.532	0.113	Valid
A25.	.595	0.113	Valid
A26.	.333	0.113	Valid
A27.	.570	0.113	Valid

Dijelaskan bahwa hasil dari 26 aitem *r* hitung ≥ 0.113 yang artinya semua aitem valid dan 1 aitem *r* hitung ≤ 0.113 yang artinya tidak valid yaitu aitem nomor 1.

Kemudian peneliti menguji lagi untuk mecari aitem yang valid. Berikut hasil validitas skala compulsive buying kedua:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas skala *compulsive buying* kedua.

No. Item	Corrected Item Total Correlation	Perbandingan r Tabel	Keterangan Diskriminasi Item
A2.	.736	0.113	Valid
A3.	.716	0.113	Valid
A4.	.492	0.113	Valid
A5.	.649	0.113	Valid
A6.	.573	0.113	Valid
A7.	.505	0.113	Valid
A8.	.640	0.113	Valid
A9.	.749	0.113	Valid
A10.	.706	0.113	Valid
A11.	.385	0113	Valid
A12.	.647	0.113	Valid
A13.	.599	0.113	Valid
A14.	.528	0.113	Valid
A15.	.669	0.113	Valid
A16.	.485	0.113	Valid
A17.	.396	0.113	Valid
A18.	.387	0.113	Valid
A19.	.705	0.113	Valid
A20.	.628	0.113	Valid
A21.	.296	0113	Valid
A22.	.545	0.113	Valid
A23.	.704	0.113	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A24.	.532	0.113	Valid
A25.	.595	0.113	Valid
A26.	.333	0.113	Valid
A27.	.570	0.113	Valid

Hasil tabel dijelaskan bahwa hasil dari 26 aitem *r* hitung ≥ 0.113 yang artinya semua aitem valid dan kemudian dilakukan uji reliabilitas.

2) Reliabilitas

Reabilitas merupakan sejauh mana hasil dari suatu pengukuran yang dapat dipercaya (Azwar, 2012). Dalam melakukan pengujian reabilitas peneliti menggunakan bantuan dari program computer *SPSS for windows 16.0 dengan Teknik Cronbach's Alpha.* Dalam penelitian kali ini reabilitas sebagai acuan adalah nilai 0.60. Jika nilai koefisien ≤ 0.60 maka alat yang ukur yang digunakan memiliki nilai reliabilitas yang rendah. Jika nilai koefisien ≥ 0.60 maka alat ukur yang digunakan memiliki reliabilitas yang tinggi. (Azwar, 2013).

Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas dari skala *compulsive buying*:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas skala *compulsive buying*

Cronbach's Alpha	Jumlah Item
.918	26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil uji reliabilitas yang didapatkan hasil *Cronbach's Alpha* 0.918. hal ini menunjukan bahwa skala *compulsive buying* adalah reliabel karena nilai koefisien lebih besar dari 0.60.

2. Skala *Approval Seeking*

a. Definisi Operasional

Approval seeking adalah perilaku untuk mencari persetujuan melibatkan seseorang melakukan sesuatu dengan tujuan utama untuk mendapatkan persetujuan dan perhatian orang lain. Menurut Paul (1990) *approval seeking* mewakili kecenderungan untuk mendukung barang-barang yang dikenakan sehingga memberikan kesan terhadap seseorang yang melihat atau responden. *Approval seeking* juga bergantung pada penerimaan orang lain terhadap dirinya, sensitive terhadap kritik dan penolakan (Patrice, dkk. 2014). Berikut indikator dari *approval seeking* menurut Martin-Larsen (1984):

1) Mencari Perhatian dari Orang Lain
2) Harga Diri
3) Pengakuan dari Orang Lain
4) Harus Lebih Tinggi Dimensi Sosialnya dari Orang Lain

b. Alat Ukur

Variabel *Approval Seeking* akan di ukur menggunakan MLAM (Martin-Larsen *Approval Motivation*) *scale* adapun adaptasi juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan pada jurnal yang ditulis oleh Patrice Moulton (2014) dengan dalam penelitian ini, MLAM membuktikan keandalan konsistensi internal yang baik, memiliki alpha Cronbach masing-masing 0,74 dan 0,70 di dua titik penilaian. Skala MLAM yang di kemukakan oleh Martin dan Larsen (1984) adalah alat ukur yang dignakan untuk mengukur *approval seeking* seseorang, yang terdiri dari 20-item laporan diri yang merupakan kebutuhan untuk evaluasi yang *favorable* dari seseorang.

Tabel 3.6
Blue Print Approval Seeking (Martin-Larsen Approval Motivation)

Variabel	**Indikator**	**Item**		**Jumlah**
		Favorable	Unfavorable	
Approval Seeking	Mencari perhatian dari orang lain	4, 10, 15 dan 17		4
	Harga diri	5, 8, 12 dan 19	2 dan 16	6
	Pengakuan dari orang lain	3, 6, 18 dan 1		4
	Dimensi sosial yang lebih tinggi dari orang lain	7, 11, 14 dan 20	9 dan 13	6
TOTAL				20

c. Validitas Reliabilitas

1) Validitas

Validitas adalah kecermatan dan ketetapan alat ukur dalam melakukan fungsi untuk ukuranya (Azwar, 2013). Pada variabel ini menggunakan uji validitas dengan menggunakan bantuan dari *SPSS 16.0*. jika *r* hitung ≥ *r* tabel, maka instrument dikatakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

valid, sedangkan jika *r* hitung ≤ maka instrument dapat dikatakan tidak valid dengan menggunakan taraf kesalahan 5% atau α = 0.05. pada penelitian kali ini subjk sebanyak 297. Muhid (2012), mengatakan bahwa nilai-nilai *r* tabel N-2= 295, maka nilai N adalah 300 dengan taraf signifikan 5 % adalah 0.113 untuk *r* tabel. Maka dengan itu jika *r* hitung ≥ 0.113 instrument dapat dikatan valid sedangkan jika *r* hitung ≤ 0.113 maka instrument dikatakan tidak valid. Berikut adalah hasil dari uji skala validitas pada variabel *approval seeking:*

Tabel 3.7
Uji Validitas pertama skala MLAM (approval seeking) pertama

No. Item	Corrected Item Total Correlation	Perbandingan r Tabel	Keterangan Diskriminasi Item
A1.	.425	0.113	Valid
A2.	.030	0.113	Tidak Valid
A3.	.210	0.113	Valid
A4.	.246	0.113	Valid
A5.	.262	0.113	Valid
A6.	.566	0.113	Valid
A7.	.406	0.113	Valid
A8.	.129	0.113	Valid
A9.	.173	0.113	Valid
A10.	.232	0.113	Valid
A11.	.410	0113	Valid
A12.	.231	0.113	Valid
A13.	.150	0.113	Valid
A14.	.222	0.113	Valid
A15.	.368	0.113	Valid
A16.	.347	0.113	Valid
A17.	.302	0.113	Valid
A18.	.307	0.113	Valid
A19.	.101	0.113	Tidak Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A20.	.209	0.113	Valid

Pada tabel dijelaskan bahwa hasil dari 18 aitem *r* hitung ≥ 0.113 yang artinya semua aitem valid dan 2 aitem r hitung ≤ 0.113 yang artinya tidak valid yaitu pada aitem 2 dan 19.

Peneliti melakukan uji validitas yang kedua karena ada 2 aitem yang tidak valid. Harus mencari aitem yang semuanya valid agar bisa dilakukan uji reliabilitas. Berikut adalah hasil dari uji skala validitas pada variabel *approval seeking:*

Tabel 3.8 Hasil uji validitas skala MLAM (approval seeking) yang kedua.

No. Item	Corrected Item Total Correlation	Perbandingan r Tabel	Keterangan Diskriminasi Item
A1.	.425	0.113	Valid
A3.	.210	0.113	Valid
A4.	.246	0.113	Valid
A5.	.262	0.113	Valid
A6.	.566	0.113	Valid
A7.	.406	0.113	Valid
A8.	.129	0.113	Valid
A9.	.173	0.113	Valid
A10.	.232	0.113	Valid
A11.	.410	0113	Valid
A12.	.231	0.113	Valid
A13.	.150	0.113	Valid
A14.	.222	0.113	Valid
A15.	.368	0.113	Valid
A16.	.347	0.113	Valid
A17.	.302	0.113	Valid
A18.	.307	0.113	Valid
A20.	.209	0.113	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada tabel dijelaskan bahwa hasil dari 26 aitem *r* hitung ≥ 0.113 yang artinya semua aitem valid dan kemudian dilakukan uji reliabilitas.

2) Reliabilitas

Reabilitas merupakan sejauh mana hasil dari suatu pengukuran yang dapat dipercaya (Azwar, 1995). Dalam melakukan pengujian reabilitas peneliti menggunakan bantuan dari program computer *SPSS for windows 16.0 dengan Teknik Cronbach's Alpha.* Dalam penelitian kali ini reabilitas sebagai acuan adalah nilai 0.60. Jika nilai koefisien ≤ 0.60 maka alat yang ukur yang digunakan memiliki nilai reliabilitas yang rendah. Jika nilai koefisien ≥ 0.60 maka alat ukur yang digunakan memiliki reliabilitas yang tinggi. (Azwar, 2013).

Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas dari skala *approval seeking*:

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas skala *approval seeking*

Cronbach's Alpha	Jumlah Item
.393	18

Dari hasil uji reliabilitas yang didapatkan hasil *Cronbach's Alpha* 0.393. hal ini menunjukan bahwa skala *compulsive buying* adalah tidak reliabel karena nilai koefisien kurang dari 0.60.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Skala *Avoidance Coping*

a. Definisi Operasional

Mochammad Said (2019) *avoidance coping* adalah upaya untuk menghadapi sesuatu atau menerima stressor kehidupan seseorang dengan cara mencari *alternative reward* dengan melepaskan emosi. Variable ini akan diukur dengan menggunakan FDC (*Functional dimension coping)* yang dirancang oleh Ferguson dan Cox (1997). Berikut aspek yang akan diukur:

1) Approach

2) Avoidance

3) Emotional regulation

4) Reappraisal

b. Alat Ukur

Pada variabel *avoidance coping* menggunakan alat ukur *funcitional dimension coping* (FDC) yang dirancang untuk menilai seseorang yang menghadapi stress yang diterima. Yang kemudian diadaptasi oleh peneliti untuk dikembangkangkan item-item nya yang mencakup dari dimensi tersebut. Item ini berjumlah 16 item. Peneliti mengadaptasi skripsi Natasha Hariyanto (2018) dengan uji reliabilitas alat 0.873.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.10

Blue Print Avoidance Coping Scale (Functional Dimension Coping)

Variabel	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorable	***Unfavorable***	
Functional dimension coping	*Avoidance*	- Penghindaran dari masalah - Meminimalkan stressor dari suatu peristiwa	5, 8, 11, 13		4
	Approach	- Mengabaikan suatu permasalahan - Kognitif lebih berperan untuk menghadapi masalah	1,7, 10, 14		4
	Emotional Regulation	- Lebih menggunakan emosi untuk menghadapi masalah	3, 6, 9		3
	Reappraisal	- Menerima masalah dengan positif	2, 4, 12, 15, 16		5
	Total				16

c. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas adalah kecermatan dan ketetapan alat ukur dalam melakukan fungsi untuk ukuranya (Azwar, 2013). Pada variabel ini menggunakan uji validitas dengan menggunakan bantuan dari *SPSS 16.0*. jika *r* hitung ≥ *r* tabel, maka instrument dikatakan valid, sedangkan jika *r* hitung ≤ maka instrument dapat dikatakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak valid dengan menggunakan taraf kesalahan 5% atau α = 0.05. pada penelitian kali ini subjk sebanyak 297. Muhid (2012), mengatakan bahwa nilai-nilai *r* tabel N-2= 295, maka nilai N adalah 300 dengan taraf signifikan 5 % adalah 0.113 untuk *r* tabel. Maka dengan itu jika *r* hitung ≥ 0.113 instrument dapat dikatan valid sedangkan jika jika *r* hitung ≤ 0.113 maka instrument dikatakan tidak valid.

Berikut adalah hasil dari uji skala validitas pada variabel *avoidance coping:*

Tabel 3.11
Hasil Uji Validitas skala *avoidance coping* (FDC)

No. Item	Corrected Item Total Correlation	Perbandingan r Tabel	Keterangan Diskriminasi Item
A1.	.814	0.113	Valid
A2.	.863	0.113	Valid
A3.	.817	0.113	Valid
A4.	.874	0.113	Valid
A5.	.801	0.113	Valid
A6.	.831	0.113	Valid
A7.	.778	0.113	Valid
A8.	.756	0.113	Valid
A9.	.743	0.113	Valid
A10.	.829	0.113	Valid
A11.	.775	0113	Valid
A12.	.829	0.113	Valid
A13.	.740	0.113	Valid
A14.	.773	0.113	Valid
A15.	.703	0.113	Valid
A16.	.793	0.113	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada tabel dijelaskan bahwa hasil dari 16 aitem *r* hitung ≥ 0.113 yang artinya semua aitem valid.

3) Reliabilitas

Reabilitas merupakan sejauh mana hasil dari suatu pengukuran yang dapat dipercaya (Azwar, 1995). Dalam melakukan pengujian reabilitas peneliti menggunakan bantuan dari program computer *SPSS for windows 16.0 dengan Teknik Cronbach's Alpha.* Dalam penelitian kali ini reabilitas sebagai acuan adalah nilai 0.60. Jika nilai koefisien ≤ 0.60 maka alat yang ukur yang digunakan memiliki nilai reliabilitas yang rendah. Jika nilai koefisien ≥ 0.60 maka alat ukur yang digunakan memiliki reliabilitas yang tinggi. (Azwar, 2013).

Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas dari skala *avoidance coping*:

Tabel 3.12
Hasil Uji Reliabilitas skala *avoidance coping* (FDC)

Cronbach's Alpha	Jumlah Item
.961	16

Dari hasil uji reliabilitas yang didapatkan hasil *Cronbach's Alpha* 0.961. hal ini menun jukan bahwa skala *avoidace coping* (FDC) adalah reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Kaplan dan Saccuzzo (2005) menyebutkan bahwa perkiraan reliabilitas yang berada pada rentang 0.7 dan 0.8 adalah reliabilitas yang cukup baik untuk kebanyakan tujuan dalam penelitian. Kemudian pada variabel *compulsive buying* dikembangkan oleh peneliti item-item pernyataan yang dapat menggambarkan tiap dimensi dari perilaku *compulsive buying* tersebut. Disini tidak ada kategori untuk skornya seperti pada variable sebelumnya. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala Likert. Terdapat 4 alternative jawaban untuk item *favorable*, yaitu:

Tabel 3.13
Kategori Respon Skala

Jawaban	Keterangan	Favorable	Unfavorable
SS	Sangat Setuju	4	1
S	Setuju	3	2
TS	Tidak Setuju	2	3
STS	Sangat Tidak Setuju	1	4

F. Analisis Data

1. Uji Prasyarat

   a. Uji Normalitas

   Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data pada variable penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pada uji *Kolmogrov Smimov* jika taraf signifikan lebih besar dari 0,05 ($p>0,05$) maka data yang diperoleh berdistribusi normal sedangkan jika signifikan kurang dari 0,05 ($p<0,05$) maka distribusi tidak normal (Muhid, 2012).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dan variable tergantung mempunya hubungan yang linear atai tidaknya. Jika taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 (p<0,05) maka hubungan antara variabel tersebut mengikuti fungsi garis linear sehingga dapat diuji dengan statistik parametik. Sebaliknya, jika taraf siginifikan lebih besar 0,05 (p>0,05) maka hubungan antara variable mengikuti fungsi garis linear sehingga harus diuji dengan statistik nonparametik (Azwar, 2012).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas berguna untuk menguji apakah dalam analisis regresi ditemukan adanya sebuah korelasi antar variabel bebas. Sebuah analisis regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas didalam model regresi, yaitu dengan melihat dari nilai *tolerance*, dan lawanya yaitu *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *cut off* yang sering dipakai sebagai petunjuk adanya multikolineritas adalah nilai tolerance > 0.10 atau sama dengan VIF< 10 maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas (Imam Ghozali, 2013).

d. Uji Heteroskedastisitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah pada analisis regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke yang lainya. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dinamakan homoskedastisitas dan apabila berbeda dinamakan heteroskedasitas (Imam Ghozali, 2013). Untuk mengetahui hal itu dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu (gelombang, melebar kemudian menyempit). Jika pola tertentu dan teratur maka akan terjadi heterokesdasitas dan apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka akan terjadi heteroskesdasitas.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini akan menggunakan regresi linier berganda. Menurut Nanang Martono (2010) untuk meneliti yang menggunakan lebih dari 2 variabel dapat dilakukan dengan analisis regresi linier berganda (multiple linier regression) dengan persamaan linier. $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \ldots\ldots\ldots\ldots + b_kX_k$ melalui program *SPSS for window* versi 17.00. Uji ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antara 3 variabel yaitu *approval seeking* (X_1) dan *avoidance coping* (X_2) dengan compulsive buying (Y).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persiapan dan Pelaksanaan penelitian

Tahap awal penelitian ini dilakukan berdasarkan dengan rumusan dari fenomena yang ada di sekitar masyarakat baik dikalangan muda atau dewasa. Kebanyakan dari mereka menyukai berbelanja dengan alasan yang berbeda-beda. Belanja berlebihan atau *compulsive buying* sering dialami oleh masyarakat sekitar atau mahasiswa perkuliahan. Banyaknya alasan mahasiswa ini melakukan *compulsive buying*, mengingat salah satu faktor *compulsive buying* yaitu *approval seeking* dan *avoidance coping.* Peneliti memilih mahasiswa dikarenakan banyaknya tekanan serta tuntutan yang dialami sehinga ingin melakukan kegiatan berbelanja. Fenomena ini sendiri sering terjadi di sekitar lingkungan peneliti yakni di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sehingga peneliti ingin melakukan penelitian ini.

Peneliti melakukan kajian literatur dan penelitian terdahulu terkait variabel yang ingin di teliti dengan dosen pembimbing guna menyusun c*oncept note* yang akan diajukan ke Ketua Prodi di fakultas. Setelah mendapatkan persetujuan atau concept note diterima, peneliti mulai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan penyusunan proposal sekaligus menentukan subjek penelitian dan juga instrument penelitian dengan mendiskusikanya dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan arahan dan masukan mengenai jalan dari penelitian ini. Setelah penyusunan proposal dan diterima oleh dosen pembimbing peneliti mengajukanya kepada pihak fakultas untuk dapat melakukan tahap selanjutnya. Setelah proposal disetujui oleh pihak akademik kemudian peneliti melanjutkan ketahap ujian proposal untuk dipresentasikan guna mendapatkan masukan dengan rencana penelitian yang akan dilakukan.

Setelah ujian proposal dan melakukan revisi terhadap saran yang diberikan penguji. Peneliti melakukan *expert judgement* terkait kuesioner yang akan disebar nantinya sebagai alat ukur untuk variabel kepada dosen yang dianggap ahli dalam bidangnya. Setelah itu peneliti mengurus surat perizinan terkait Lembaga yang akan diteliti.

Pada tanggal 13 Mei 2020 peneliti melakukan penelitian dan sudah mendapatkan izin dari pihak terkait dengan cara menyebarkan kuesioner lewat *google form* perwakilan dari beberapa orang dan meminta tolong kepada mereka untuk disebar di grup kelas mereka masing-masing. Karena subyek yang dibutuhkan peneliti sangat banyak maka dari itu peneliti melakukan hampir selama 1 bulan untuk memenuhi kuota subjek.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah mendapatkan data yang sesui kemudian peneliti melakukan perhitungan dengan spss dan menganaliss serta menyusun bab selanjutnya untuk menuntaskan penelitian ini.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Deskripsi Data Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 1-8 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya sebanyak 297 mahasiswa untuk dijadikan subyek. Selanjutnya akan dijelaskan gambaran dari sujek dengan data statistik berdasarkan dengan data demografis yang diperoleh sebagai berikut:

1) Pengelompokan Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil dari data demografis subjek berdasarkan jenis kelamin, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Pengelompokan Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Subjek	Persen
Laki-Laki	90	30.3%
Perempuan	207	69.7%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dari 297 mahasiswa yang menjadi subyek penelitian, 90 mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah presentase sebesar 30.3% sedangkan pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jenis kelamin -perempuan memiliki jumlah subyek yakni 207 dengan presentase sebesar 69.7%.

2) Pengelompokan Subjek Berdasarkan Usia

Berdasarkan dari data yang diperoleh bahwasanya rentan usia pada seluruh subjek yaitu berkisar antara 19-24 tahun. Berikut adalah gambaran subjek penelitian berdasarkan usia:

Tabel 4.2
Pengelompokan Subjek Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Subjek	Presentase
19 tahun	48	16.2%
20 tahun	88	29.6%
21 tahun	94	31.6%
22 tahun	64	21.5%
24 tahun	3	1.0%

Berdasarkan tabel diatas dapat djelaskan bahwa dari 297 mahasiswa yang menjadi subjek penelitian, dapat dlihat dari hasil dari data demografis bahwa subyek yang berusia 19 tahun berjumlah 48 orang dengan presentase sebesar 16.2%, sedangkan subyek yang berusia 20 tahun yakni sebanyak 88 orang subyek dengan presentase yakni 29.6%. Kemudian pada subyek yang berumur 21 tahun dengan hasil partisipan tertinggi yakni 94 subyek dengan hasil presentase 31.6% selanjutnya subyek dengan umur 22 tahun dengan partisipan sebanyak 64 subyek dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

presentase 21.5% dan yang terakhir subyek yang berumur 24 tahun sebanyak 3 subyek dengan presentase 1.0%.

3) Pengelompokan Subjek Berdasarkan Pekerjaan

Berikut adalah hasil dari data pekerjaan setiap subyek:

Tabel 4. 3
Pengelompokan Subyek Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persen
Mahasiswa/i	278	93.6%
Freelance	8	2.7%
Pengusaha	4	1.3%
Wiraswasta	3	1.0%
Jaga Toko	2	0.7%
Driver	2	0.7%

Berdasarkan dari hasil data demografis berdasarkan pekerjaan pada tabel diatas dijelaskan bahwa 278 subyek tidak bekerja atau sebagai mahasiswa dengan persentase sebesar 93.6% dengan hasil terbanyak, kemudian 8 orang subyek bekerja sebagai *freelance* dengan presentase sebanyak 2.7%. selanjutnya subyek yang bekerja sebagai pengusaha sebanyak 4 orang dengan presentase 1.3%. 3 orang subyek bekerja sebagai wiraswasta dengan presentase 1.0%, 2 subyek bekerja sebagai penjaga toko dengan presentase 0.7% dan 2 subyek bekerja sebagai driver dengan presentase sebesar 0.7%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Pengelompokan Subjek Berdasarkan Fakultas

Berikut akan dipaparkan hasil dari data demografis berdasarkan fakultas, sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Pengelompokan Subyek Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Frekuensi	Persentase
FISIP	134	45.1 %
FEBI	163	54.9 %

Berdasarkan dari tabel diatas dapet dijelaskan bahwa 134 subyek berasal dari FISIP dengan persentase sebesar 45.1% dan 163 subyek berasal dari FEBI dengan persentase 54.9%.

5) Pengelompokan Subjek Berdasarkan Semester

Berikut adalah hasil dari data demografis berdasarkan semester, sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pengelompokan Subjek Berdasarkan Semester

Semester	Frekuensi	Persentase
Semester 2	26	8.8%
Semester 4	86	29.0%
Semester 6	68	22.9%
Semester 8	117	39.4%

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa subyek yang sedang menempuh Pendidikan pada semester 2 sebanyak 26 subyek dengan frekuensi 8.8%, dan pada semester 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebanyak 86 orang dengan presentase sebesar 29.0%, sedangkan pada semester 6 sebanyak 68 orang dengan persentae sebesar 22.9% dan pada semester 8 sebanyak 117 subyek dengan persentase sebanyak 39.4%.

6) Pengelompokan Subjek Berdasarkan Uang Jajan Perbulan

Berikut adalah hasil dari data demografis berdasarkan uang jajan perbulan:

Tabel 4.6
Pengelompokan Subjek Berdasarkan Uang Jajan Perbulan

Uang jajan	Frekuensi	Persentase
500.000 – 1.000.000	88	29.6%
1.000.000 – 1.500.000	39	13.1%
1.500.000 – 2.000.000	9	3.0%
2.000.000 – 2.500.000	75	25.3%
2.500.000 – 3.000.000	68	22.9%
3.000.000 – 5.000.000	6	2.0%
>5.000.000	12	4.0%

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa subyek yang memiliki uang jajan perbulan 500.000 – 1.000.000 sebanyak 88 subyek dengan persentase 29.6%, 39 subyek memiliki uang jajan tiap bulan berkisar antara 1.000.000 – 1.500.000 dengan jumlah 39 orang dengan persentase sebesar 13.1%, kemudian subyek yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki uang jajan tiap bulan berkisar antara 1.500.000 – 2.000.000 sebanyak 9 orang dengan persentase 3.0%. selanjutnya 75 subyek memiliki uang jajajn sebesar 2.000.000 – 2.500.000 tiap bulanya 25.3%, sedangkan 68 subyek yang memiliki uang jajan 2.500.000 – 3.000.000 berjumlah 68 subyek dengan persentase sebesar 22.9%, 6 subyek mendapatkan uang jajajn perbulan sebesar 3.000.000 – 5.000.000 dengan persentase 2.0% dan 12 orang memiliki uang jajan perbulan lebih dari 5.000.000 dengan persentase sebesar 4.0%.

7) Pengelompokan Subjek Berdasarkan Kartu Debit

Berikut adalah hasil dari data demografis berdasarkan memiliki kartu debit:

Tabel 4.7
Pengelompokan Subjek Berdasarkan Kepemilikan Kartu Debit

Kartu Debit	Frekuensi	Persentase
Memiliki kartu Debit	229	77.1%
Tidak memiliki kartu Debit	68	22.9%

Berdasarkan dengan tabel diatas bahwasanya subyek yang memiliki kartu debit sebanyak 229 subyek dengan persentase sebesar 77.1% dan subyek yang tidak memiliki kartu debit sebanyak 68 subyek dengan persentase 22.9%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8) Pengelompokan Subjek Berdasarkan Frekuensi Belanja

Berikut adalah hasil dari data demografis berdasarkan frekuensi belanja:

Tabel 4.8
Pengelompokan Subjek Berdasarkan Frekuensi Belanja

Frekuensi Belanja	Frekuensi	Persentase
1-3 kali	115	38.7%
3-5 kali	59	19.9
5-7 kali	110	37.0
7-10 kali	5	1.7
>10 kali	8	2.7

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dijelaskan bahwa 115 subyek melakukan kegiatan berbelanja sebanyak 1-3 kali dalam sebulan dengan persentase 38.7, 59 orang melakukan kegiatan berbelanja selama 3-5 kali dalam sebulan dengan persentase sebesar 19.9%, 110 subyek melakukan kegiatan berbelanja 5-7 kali dalam sebulan dengan persentase sebesar 37.0%. kemudian 5 subyek yang melakukan kegiatan berbelanja sebanyak 7-10 kali dalam sebulan dengan persentase 1.7% dan 8 subyek melakukan lebih dari 10 kali kegiatan berbelanja dalam sebulan dengan persentase sebesar 2.7%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Deskripsi Data Statistik

Penelitian ini menggunakan korelasional. Untuk dapat menganalisis hasilnya yaitu dengan menggunakan angka yang diperoleh dengan mengolah sebuah data dengan cara *statistic* kemudian dijabarkan sehingga memperoleh hasil untuk membuat kesimpulan. Angka-anka tersebut diperoleh dengan menggunakan bantuan *statistic desciptif* yang sebelumnya telah dianalisis yang meliputi jumlah subjek (N), mean skor (M), standar deviasi, skor minimum dan skor maksimum (Azwar, 2013).

Tabel 4.9
Deskripsi Data Statistic

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Compulsive Buying	297	36.00	96.00	165.9966	11.48810
Approval Seeking	297	39.00	60.00	48.3872	3.50119
Avoidance Coping	297	16.00	64.00	41.3064	9.69277
Valid (N) (listwise)	297				

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan subjek pada penelitian ini sebanyak 297 orang. Dapat dilihat pada skor terkecil minimum pada variabel *compulsive buying* adalah 36.00, kemudian pada skor maksimumnya adalah 96.00, dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki *mean* sebesar 165.9966 dengan standar deviasi sebesar 11.48810.

Sedangkan pada variabel *approval seeking* skor minimumnya adalah 39.00, dan memiliki skor maksimum adalah 60.00 dengan *mean* 48.3872 dan nilai standar deviasi sebesar 3.50119.

selanjutnya pada variabel avoidance coping memiliki skor minimum sebesar 16.00 kemudian skor maksimum yang dimiliki sebesar 64.00 dengan mean sebesar 41.3064 dan standar deviasi sebesar 9.69277.

Dari hasil penjabaran analisis deskriptif diatas, maka dengan itu kita dapat membuat kategorisasi frekuensi subjek dengan skor rendah, sedang dan tinggi pada masing-masing variabel dengan menggunakan rumus menurut Azwar (2012), berikut rumus dan hasil perhitungan:

Tabel 4.10
Rumus Menentukan Nilai Kategori

Kategori	Rumus
Rendah	X < M – 1 SD
Sedang	M – 1 SD ≤ X > M + 1 SD
Tinggi	M + 1 SD ≤ X

Keterangan:

M: Mean

SD: Standar Deviasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari penetuan rumus diatas dapat ditentukan range nilai dari kategori rendah, sedang dan tinggi pada variabel sebagai berikut:

1) Variabel *Compulsive Buying*

Kategori Rendah : X < M – 1 SD

X < 66 – 11

X < 55

Jadi nilai *Compulsive Buying* kategori rendah yakni X < 55

Kategori Sedang : M – 1 SD ≤ X > M + 1 SD

66 – 11 ≤ X > 66 + 11

55 ≤ X > 77

Jadi nilai *Compulsive Buying* kategori sedang yakni 55 ≤ X > 77

Kategori Tinggi : M + 1 SD ≤ X

66 + 11 ≤ X

77 ≤ X

Jadi nilai Compulsive Buying kategori tinggi yakni 50 ≤ X

Berikut adalah tabel skor variabel *compulsive buying* yang diperoleh berdasarkan dari rumus diatas.

Tabel 4.11

Kategorisasi Skor Variabel *Compulsive Buying*

Variabel	Skor	Kategori	Jumlah Subjek	Persen %
Compulsive Buying	36 – 54	Rendah	42	14.1%
	55 – 76	Sedang	174	58.6%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	77 – 96	Tinggi	81	27.3%
		Total	297	100%

Berdasarkan dengan tabel diatas yang memaparkan tentang jumlah kategori yang dimiliki tiap subjek, didapatkan hasil bahwa tingkat *compulsive buying* pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik dan juga mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada kategori rendah berjumlah 42 subjek dengan skor 36 – 54 dengan besar presentase 14.1%, kemudian subjek yang berada pada kategori sedang dengan batasan skor 55 – 76 berjumlah 174 subjek dengan persentase 58.6% dang yang pada skor antara 77 -96 berada pada kategori tinggi dengan jumlah subjek beriksar 81 orang dengan persentase sebesar 27.3%.

2) **Variabel *Approval Seeking***

Kategori Rendah : $X < M - 1\ SD$

$X < 48 - 3$

$X < 45$

Jadi nilai *approval seeking* kategori rendah yakni $X < 45$

Kategori Sedang : $M - 1\ SD \leq X > M + 1\ SD$

$48 - 3 \leq X > 48 + 3$

$45 \leq X > 51$

Jadi nilai *approval seeking* kategori sedang yakni $45 \leq X > 51$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kategori Tinggi : M + 1 SD ≤ X

48 + 3 ≤ X

51 ≤ X

Jadi nilai *approval seeking* kategori tinggi yakni 50 ≤ X

Berikut adalah tabel skor variabel *approval seeking* yang diperoleh berdasarkan dari rumus diatas.

Tabel 4.12
Kategorisasi Skor Variabel *Approval Seeking*

Variabel	Skor	Kategori	Jumlah Subjek	Persen %
Approval Seeking	39 – 44	Rendah	33	11.1%
	44.5 - 51	Sedang	209	70.4%
	51.5 - 60	Tinggi	55	18.5%
		Total	297	100%

Berdasarkan dengan hasil tabel diatas dapat dijelaskan bahwa 33 subjek yang berada pada kategori rendah dengan nilai skor berkisar antara 39 -44 dengan persentase 11.1%. Selanjutnya subjek yang berada pada kategori rendah dengan penentuan skor antara 44.5 – 51 berjumlah 209 orang dengan persentase 70.4% dan yang terakhir jumlah subje yang berada pada kategori tinggi berjumlah 55 subjek dengan persentase 18.5 persen dengan perolehan skor antara 51.5 – 60.

3) Variabel *Avoidance Coping*

Kategori Rendah : X < M – 1 SD

X < 41 – 9

X < 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi nilai *avoidance coping* kategori rendah yakni $X < 32$

Kategori Sedang : $M - 1\ SD \leq X > M + 1\ SD$

$41 - 9 \leq X > 41 + 9$

$32 \leq X > 50$

Jadi nilai *Compulsive Buying* kategori sedang yakni $30 \leq X > 50$

Kategori Tinggi : $M + 1\ SD \leq X$

$41 + 9 \leq X$

$50 \leq X$

Jadi nilai *Compulsive Buying* kategori tinggi yakni $50 \leq X$

Berikut adalah tabel skor variabel *avoidance coping* yang diperoleh berdasarkan dari rumus diatas.

Tabel 4.13
Kategorisasi Skor Variabel *Avoidance Coping*

Variabel	Skor	Kategori	Jumlah Subjek	Persen %
Avoidance Coping	16 - 31	Rendah	32	10.8%
	32 – 49	Sedang	198	66.7%
	50 - 64	Tinggi	67	22.6%
		Total	297	100%

Pada tabel diatas datap dilihat bahwa pada variabel *avoidance coping* nilai skor terendah yakni 16-31 dengan jumlah subjek yaitu 32 orang dengan hasil persentase yaitu 10.8%, kemudian pada kategori sedang dengan nilai skor 32 – 49 dengan jumlah subjek yaitu 198 orang dengan persentase 66.7% dan pada kategori tinggi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan nilai skor 50 – 64 dengan jumlah subjek sebanyak 67 orang dengan persentase 22.6%.

Selanjutnya data deskripsi data statistik variabel X_1 (*Approval Seeking*), X_2 (*Avoidance Coping*) dan variabel Y (*Compulsive Buying*) akan dipaparkan berdasarkan dengan data demografi subjek penelitian sebagai berikut:

1) Deskripsi Data Statistik Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini terdapat jenis klamin yakni laki-laki dan perempuan. Penjabaran pada data statistik variabel berdasarkan dengan jenis kelamin guna untuk mengetahui nilai N (jumlah subyek), mean, dan std. deviasi dari masing-masing jenis kelamin.

Tabel 4.14
Deskripsi Data Statistic Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin

Skala	Jenis Kelamin	Mean	Std. Deviasi	N
Nilai *Compulsive Buying*	Laki-laki	67.3333	1.20421	90
	Perempuan	65.4155	1.12190	207
Nilai *Approval Seeking*	Laki-laki	48.4556	3.52252	90
	Perempuan	48.3575	3.50003	207
Nilai	Laki-laki	41.3111	1.09469	90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Avoidance Coping	Perempuan	41.3043	9.12263	207

Pada tabel diatas dapat dilihat, bahwa niali *mean* (nilai rat-rata) pada skala *compulsive buying* berjenis kelamin laki-laki adalah 67.3333, nilai std. deviasi adalah 1.20421 dengan jumlah subyek sebanyak 90 orang. Sedangkan untuk jenis kelamin perempuan memiliki nilai *mean* 65.4155 dengan std. deviasi sebesar 1.12190 dengan jumlah subyek sebanyak 207 orang.

Bahwa nilai *mean* (nilai rata-rata) pada skala *Approval Seeking* berjenis kelamin laki-laki adalah 48.4556, nilai std. deviasi adalah 3.52252dengan jumlah subyek sebanyak 90 orang. Sedangkan untuk jenis kelamin perempuan memiliki nilai *mean* 48.3575 dengan std. deviasi sebesar 3.50003 dengan jumlah subyek sebanyak 207 orang.

Sedangkan pada skala *avoidance coping* dengan *mean* dengan jenis kelamin laki-laki adalah 41.3111, nilai std. deviasi adalah 1.09469 dengan jumlah subyek sebanyak 90 orang. Sedangkan untuk jenis kelamin perempuan memiliki nilai *mean* 41.3043 dengan std. deviasi sebesar 9.12263 dengan jumlah subyek sebanyak 207 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil mean diatas dapat disimpulkan bahwa laki-laki berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, sedangkan pada skala *approval seeking* yang memiliki tingkat paling tinggi adalah laki-laki dan pada skala *avoidance coping*, perempuan yang paling tinggi.

2) Deskripsi Data Statistik Variabel Berdasarkan Usia

Pada penelitian ini terdapat rentan umur 19 – 24 tahun. Penjabaran pada data statistic variabel berdasarkan dengan usia guna untuk mengetahui nilai N (jumlah subyek), mean, dan std. deviasi dari masing-masing usia.

Tabel 4.15
Deskripsi Data Statistic Variabel Berdasarkan Usia

Skala	Usia	Mean	Std. Deviasi	N
Nilai *Compulsive Buying*	19 thn	59.6875	1.05147	48
	20 thn	65.2955	1.15143	88
	21 thn	68.2660	1.09143	94
	22 thn	68.2188	1.15325	64
	24 thn	69.0000	6.92820	3
Nilai *Approval Seeking*	19 th	48.7708	3.70876	48
	20 thn	47.8295	3.25619	88
	21 thn	49.2128	3.59172	94
	22 thn	47.3906	3.07895	64

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	24 thn	54.0000	1.73205	3
Nilai *Avoidance Coping*	19 thn	35.2292	9.94290	48
	20 thn	42.3864	9.38748	88
	21 thn	42.5106	9.21983	94
	22 thn	42.6250	9.31035	64
	24 thn	41.0000	1.73205	3

Pada tabel diatas dapat dilihat, bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *compulsive buying* pada usia 19 th adalah 59.6875, nilai std. deviasi adalah 1.05147 dengan jumlah subyek sebanyak 48 orang. Sedangkan untuk usia 20 thn memiliki nilai *mean* 65.2955 dengan std. deviasi sebesar 1.15143 dengan jumlah subyek sebanyak 88 orang. Pada usia 21 thn nilai mean adalah 68.2660 dengan std deviasi sebesar 3.59172 dengan jumlah subyek yakni 94 orang. Untu k usia 22 thn memiliki nilai *mean* 47.3906 dengan std. deviasi sebesar 1.15325 dengan jumlah subyek sebanyak 64 orang. Kemudian untuk usia 24 thn memiliki nilai *mean* 69.0000 dengan std. deviasi sebesar 6.92820 dengan jumlah subyek sebanyak 3 orang.

Bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *approval seeking* pada usia 19 th adalah 35.2292, nilai std. deviasi adalah 3.70876 dengan jumlah subyek sebanyak 48 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan untuk usia 20 thn memiliki nilai *mean* 42.3864 dengan std. deviasi sebesar 3.25619 dengan jumlah subyek sebanyak 88 orang. Pada usia 21 thn nilai mean adalah 42.5106 dengan std deviasi sebesar 1.09143 dengan jumlah subyek yakni 94 orang. Untuk usia 22 thn memiliki nilai *mean* 68.2188 dengan std. deviasi sebesar 3.07895 dengan jumlah subyek sebanyak 64 orang. Kemudian untuk usia 24 thn memiliki nilai *mean* 54.0000 dengan std. deviasi sebesar 1.73205 dengan jumlah subyek sebanyak 3 orang.

Sedangkan nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *appavoidance coping* pada usia 19 th adalah 48.7708, nilai std. deviasi adalah 9.94290 dengan jumlah subyek sebanyak 48 orang. Sedangkan untuk usia 20 thn memiliki nilai *mean* 47.8295 dengan std. deviasi sebesar 9.38748 dengan jumlah subyek sebanyak 88 orang. Pada usia 21 thn nilai mean adalah 49.2128 dengan std deviasi sebesar 9.21983 dengan jumlah subyek yakni 94 orang. Untuk usia 22 thn memiliki nilai *mean* 42.6250 dengan std. deviasi sebesar 9.31035 dengan jumlah subyek sebanyak 64 orang. Kemudian untuk usia 24 thn memiliki nilai *mean* 41.0000 dengan std. deviasi sebesar 1.73205 dengan jumlah subyek sebanyak 3 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil mean diatas dapat disimpulkan bahwa pada usia 24 thn berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, sedangkan pada skala *approval seeking* yang memiliki tingkat paling tinggi pada usia 24 thn dan pada skala *avoidance coping*, pada usia 22 thn yang paling tinggi.

3) Deskripsi Data Statistik Variabel Berdasarkan Pekerjaan

Pada penelitian ini terdapat beberapa profesi yang ditekuni oleh peneliti. Penjabaran pada data statistic variabel berdasarkan dengan pekerjaan guna untuk mengetahui nilai N (jumlah subyek), mean, dan std. deviasi dari masing-masing pekerjaan.

Tabel 4.16
Deskripsi Data Statistic Variabel Berdasarkan Pekerjaan

Skala	Pekerjaan	Mean	Std. Deviasi	N
Nilai *Compulsive Buying*	Mahasiswa/i	66.3094	1.14783	278
	Freelance	55.8750	1.17527	8
	Pengusaha	67.2500	8.95824	4
	Wiraswasta	61.6667	2.30940	3
	Jaga Toko	56.0000	.00000	2
	Driver	77.0000	.00000	2
Nilai *Approval*	Mahasiswa/i	48.3273	3.46682	278
	Freelance	49. 3750	3.99777	8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seeking	Pengusaha	49.5000	3.10913	4
	Wiraswasta	44.3333	1.15470	3
	Jaga Toko	50.0000	.00000	2
	Driver	55.0000	.00000	2
Nilai *Avoidance Coping*	Mahasiswa/i	41.5216	9.61635	278
	Freelance	33.0000	1.02400	8
	Pengusaha	46.0000	7.65942	4
	Wiraswasta	31.6667	7.50555	3
	Jaga Toko	39.0000	.00000	2
	Driver	52.0000	.00000	2

Pada tabel diatas dapat dilihat, bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *compulsive buying* pada pekerjaan subyek yang tidak memiliki pekerjaan atau masih berstatus mahasiswa/i adalah 66.3094, nilai std. deviasi adalah 1.14783 dengan jumlah subyek sebanyak 278 orang. Sedangkan untuk yang bekerja sebagai *freelance* memiliki nilai *mean* 55.8750 dengan std. deviasi sebesar 1.17527 dengan jumlah subyek sebanyak 8 orang. Pada subyek yang bekerja sebagai pengusaha nilai mean adalah 49.5000 dengan std deviasi sebesar 8.95824 dengan jumlah subyek yakni 4 orang. Untuk wiraswasta memiliki nilai *mean* 61.6667 dengan std. deviasi sebesar 2.30940 dengan jumlah subyek sebanyak 3 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemudian untuk subyek yang bekerja sebagai penjaga toko memiliki nilai *mean* 56.0000 dengan std. deviasi sebesar 0.0000 dengan jumlah subyek sebanyak 2 orang. Subyek yang bekerja sebagai driver memiliki nilai *mean* 77.0000 dengan std. deviasi sebesar 0.0000 dengan jumlah subyek sebanyak 2 orang.

Bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *approval seeking* pada pekerjaan subyek yang tidak memiliki pekerjaan atau masih berstatus mahasiswa/i adalah 48.3273, nilai std. deviasi adalah 3.46682 dengan jumlah subyek sebanyak 278 orang. Sedangkan untuk yang bekerja sebagai *freelance* memiliki nilai *mean* 49. 3750 dengan std. deviasi sebesar 1.17527 dengan jumlah subyek sebanyak 8 orang. Pada subyek yang bekerja sebagai pengusaha nilai mean adalah 49.5000 dengan std deviasi sebesar 3.10913 dengan jumlah subyek yakni 4 orang. Untuk wiraswasta memiliki nilai *mean* 44.3333 dengan std. deviasi sebesar 3.10913 dengan jumlah subyek sebanyak 3 orang. Kemudian untuk subyek yang bekerja sebagai penjaga toko memiliki nilai *mean* 50.0000 dengan std. deviasi sebesar 0.0000 dengan jumlah subyek sebanyak 2 orang. Subyek yang bekerja sebagai driver memiliki nilai *mean*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

55.0000 dengan std. deviasi sebesar 0.0000 dengan jumlah subyek sebanyak 2 orang.

Sedangkan nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *avoidance coping* pada pekerjaan subyek yang tidak memiliki pekerjaan atau masih berstatus mahasiswa/i adalah 41.5216, nilai std. deviasi adalah 9.61635 dengan jumlah subyek sebanyak 278 orang. Sedangkan untuk yang bekerja sebagai *freelance* memiliki nilai *mean* 33.0000 dengan std. deviasi sebesar 1.02400 dengan jumlah subyek sebanyak 8 orang. Pada subyek yang bekerja sebagai pengusaha nilai mean adalah 46.0000 dengan std deviasi sebesar 7.65942 dengan jumlah subyek yakni 4 orang. Untuk wiraswasta memiliki nilai *mean* 31.6667 dengan std. deviasi sebesar 7.5055 dengan jumlah subyek sebanyak 3 orang. Kemudian untuk subyek yang bekerja sebagai penjaga toko memiliki nilai *mean* 39.0000 dengan std. deviasi sebesar 0.0000 dengan jumlah subyek sebanyak 2 orang. Subyek yang bekerja sebagai driver memiliki nilai *mean* 52.0000 dengan std. deviasi sebesar 0.0000 dengan jumlah subyek sebanyak 2 orang.

Berdasarkan hasil mean diatas dapat disimpulkan bahwa pekerjaan *driver* berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, sedangkan pada skala *approval seeking* yang memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tingkat paling tinggi adalah driver dan pada skala *avoidance coping*, adalah driver paling tinggi.

4) Deskripsi Data Statistik Variabel Berdasarkan Fakultas

Pada penelitian ini terdapat 2 fakultas. Penjabaran pada data statistic variabel berdasarkan dengan fakultas dari subyek guna untuk mengetahui nilai N (jumlah subyek), mean, dan std. deviasi dari masing-masing fakultas.

Tabel 4.17
Deskripsi Data Statistic Variabel Berdasarkan Fakultas

Skala	Fakultas	Mean	Std. Deviasi	N
NILAI *Compulsive Buying*	FISIP	63.8060	12.08459	134
	FEBI	67.7975	10.67775	163
NILAI *Approval Seeking*	FISIP	48.1045	3.742209	134
	FEBI	48.6196	3.28334	163
NILAI *Avoidance Coping*	FISIP	38.9976	10.50561	134
	FEBI	43.2209	8.53679	163

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *mean* skala *compulsive buying* pada subjek yang tertera pada fakultas FISIP adalah 63.8060, nilai standar deviasi sebesar 12.08459, subjek yang tertera di fakultas FEBI memiliki nilai *mean* sebesar 67.7975, untuk standart deviasi memliki nilai sejumlah 10.67775. Selanjutnya pada skala *approval seeking*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

subjek yang tertera dalam fakultas FISIP memliki nilai *mean* sebesar 48.1045 dan nilai standar deviasi 3.742209, subjek yang tertera di fakultas FEBI memiliki nilai *mean* sebesar 48.6196, untuk standart deviasi memliki nilai sejumlah 3.28334. Lalu yang terakhir Untuk subjek skala *avoidance coping* yang tertera dalam fakultas FISIP memliki nilai *mean* 38.9976 dan standar deviasi sejumlah 10.50561, kemudian pada yang yang tertera pada fakultas FEBI memiliki nilai *mean* sejumlah 43.2209 dan standar deviasi sejumlah 8.53679.

Berdasarkan hasil nilai *mean* pada tabel dapat di Tarik kesimpulan bahwa pada skala *compulsive buying* yang memiliki tingkat paling tinggi adalah pada subjek yang tertera pada fakultas FEBI dengan nilai *mean* sebesar 67.7975, sedangkan pada skala *approval seeking* yang memiliki nilai *mean* paling tinggi adalah pada subjek yang tertera pada fakultas FEBI dengan *mean* sebesar 48.6196. Selanjutnya yang trakhir pada skal *avoidance coping* yang memiliki nilai *mean* paling tinggi adalah pada subjek yang tertera pada fakultas FEBI dengan *mean* sebesar 43.2209.

5) Deskripsi Data Statistik Variabel Berdasarkan Semester

Pada penelitian ini terdapat beberapa semester 1-8. Penjabaran pada data statistic variabel berdasarkan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semester guna untuk mengetahui nilai N (jumlah subyek), mean, dan std. deviasi dari masing-masing semester

Tabel 4.18
Deskripsi Data Statistic Variabel Berdasarkan Semester

Skala	Semester	Mean	Std. Deviasi	N
Nilai *Compulsive Buying*	Semester 2	55.0000	8.45222	26
	Semester 4	63.6163	1.07059	86
	Semester 6	71.6029	1.13007	68
	Semester 8	66.9316	1.0637	117
Nilai *Approval Seeking*	Semester 2	50.0385	3.07871	26
	Semester 4	48.1512	3.50636	86
	Semester 6	48.1912	3.67832	68
	Semester 8	48.3077	3.42521	117
Nilai *Avoidance Coping*	Semester 2	33.3077	9.04553	26
	Semester 4	40.0581	9.84390	86
	Semester 6	45.6471	9.57572	68
	Semester 8	41.4786	8.45943	117

Pada tabel diatas dapat dilihat, bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *compulsive buying* pada semester 2 adalah 55.0000, nilai std. deviasi adalah 8.45222 dengan jumlah subyek sebanyak 26 orang. Sedangkan untuk semester 4 memiliki nilai *mean* 63.6163 dengan std. deviasi sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1.07059 dengan jumlah subyek sebanyak 86 orang. Pada semester 6 nilai mean adalah 71.6029 dengan std deviasi sebesar 1.13007 dengan jumlah subyek yakni 68 orang dan untuk semester 8 memiliki nilai *mean* 66.9316 dengan std. deviasi sebesar 1.0637 dengan jumlah subyek sebanyak 117 orang.

Bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *approval seeking* pada semester 2 adalah 50.0385, nilai std. deviasi adalah 3.07871 dengan jumlah subyek sebanyak 26 orang. Sedangkan untuk semester 4 memiliki nilai *mean* 40.0581 dengan std. deviasi sebesar 9.84390 dengan jumlah subyek sebanyak 86 orang. Pada semester 6 nilai mean adalah 48.1912 dengan std deviasi sebesar 3.67832 dengan jumlah subyek yakni 68 orang dan untuk semester 8 memiliki nilai *mean* 48.3077 dengan std. deviasi sebesar 3.42521 dengan jumlah subyek sebanyak 117 orang.

Sedangkan nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *avoidance coping* pada semester 2 adalah 33.3077, nilai std. deviasi adalah 9.04553 dengan jumlah subyek sebanyak 26 orang. Sedangkan untuk semester 4 memiliki nilai *mean* 48.1512 dengan std. deviasi sebesar 3.07871 dengan jumlah subyek sebanyak 86 orang. Pada semester 6 nilai mean adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

45.6471 dengan std deviasi sebesar 9.57572 dengan jumlah subyek yakni 68 orang dan untuk semester 8 memiliki nilai *mean* 41.4786 dengan std. deviasi sebesar 8.45943 dengan jumlah subyek sebanyak 117 orang.

Berdasarkan hasil mean diatas dapat disimpulkan bahwa semester 6 berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, sedangkan pada skala *approval seeking* yang memiliki tingkat paling tinggi adalah semester 2 dan pada skala *avoidance coping* pada semester 6 paling tinggi.

6) Deskripsi Data Statistik Variabel Berdasarkan Uang Jajan Perbulan

Pada penelitian ini terdapat beberapa jenis uang jajan perbulan pada subyek. Penjabaran pada data statistic variabel berdasarkan dengan uang jajan guna untuk mengetahui nilai N (jumlah subyek), mean, dan std. deviasi dari uang jajan perbulanya.

Tabel 4.19
Deskripsi Data Statistic Variabel Berdasarkan Uang Jajan Perbulan

Skala	Uang jajan	Mean	Std. Deviasi	N
Nilai *Compulsive*	500.000 - 1.000.000	59.5000	9.12241	88
	1.000.000 – 1.500.000	63.3077	8.72128	39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Buying	1.500.000 – 2.000.000	70.8889	1.30427	9
	2.000.000 – 2.500.000	70.8267	1.07796	75
	2.500.000 – 3.000.000	67.7206	1.24395	68
	3.000.000 – 5.000.000	65.5000	1.00548	6
	>5.000.000	67.6667	1.02809	12
Nilai *Approval Seeking*	500.000 - 1.000.000	49.0455	3.24093	88
	1.000.000 – 1.500.000	47.1026	4.10260	39
	1.500.000 – 2.000.000	50.8889	3.33333	9
	2.000.000 – 2.500.000	48.0800	3.52888	75
	2.500.000 – 3.000.000	48.1324	3.28227	68
	3.000.000 – 5.000.000	46.8333	.98319	6
	>5.000.000	50.0000	3.33030	12
Nilai *Avoidance Coping*	500.000 - 1.000.000	37.3523	8.89406	88
	1.000.000 – 1.500.000	38.4103	5.89254	39
	1.500.000 – 2.000.000	43.6667	1.04523	9
	2.000.000 – 2.500.000	44.4400	9.95970	75
	2.500.000 – 3.000.000	44.0882	9.94723	68
	3.000.000 – 5.000.000	42.0000	1.33267	6
	>5.000.000	42.2500	8.77108	12

Pada tabel diatas dapat dilihat, bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *compulsive buying* pada pekerjaan subyek yang tidak memiliki uang jajan 500.000 – 1.000.000 adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

59.5000, nilai std. deviasi adalah 9.12241 dengan jumlah subyek sebanyak 88 orang. Sedangkan untuk subyek yang memiliki uang jajan 1.000.000 – 1.500.000 memiliki nilai *mean* 63.3077 dengan std. deviasi sebesar 8.72128 dengan jumlah subyek sebanyak 39 orang. Pada subyek yang memiliki uang jajan 1.500.000 – 2.000.000 nilai mean adalah 70.8889 dengan std deviasi sebesar 1.30427 dengan jumlah subyek yakni 9 orang. Untuk subyek yang memiliki uang jajan perbulan 2.000.000 – 2.500.000 memiliki nilai *mean* 70.8267 dengan std. deviasi sebesar 3.52888 dengan jumlah subyek sebanyak 75 orang. Kemudian untuk subyek yang yang uang jajan perbulanya 2.500.000 – 3.000.000 memiliki nilai *mean* 67.7206 dengan std. deviasi sebesar 1.24395 dengan jumlah subyek sebanyak 68 orang. Subyek yang uang jajan perbulanya 3.000.000 – 5.000.000 memiliki nilai *mean* 65.5000 dengan std. deviasi sebesar 1.00548 dengan jumlah subyek sebanyak 6 orang. Subyek yang uang jajan perbulanya >5.000.000 memiliki nilai *mean* 67.6667 dengan std. deviasi sebesar 1.02809 dengan jumlah subyek sebanyak 12 orang.

Bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *approval seeking* pada pekerjaan subyek yang tidak memiliki uang jajan 500.000 – 1.000.000 adalah 49.0455, nilai std. deviasi adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3.24093 dengan jumlah subyek sebanyak 88 orang. Sedangkan untuk subyek yang memiliki uang jajan 1.000.000 – 1.500.000 memiliki nilai *mean* 47.1026 dengan std. deviasi sebesar 4.10260 dengan jumlah subyek sebanyak 39 orang. Pada subyek yang memiliki uang jajan 1.500.000 – 2.000.000 nilai mean adalah 43.6667 dengan std deviasi sebesar 1.04523 dengan jumlah subyek yakni 9 orang. Untuk subyek yang memiliki uang jajan perbulan 2.000.000 – 2.500.000 memiliki nilai *mean* 44.4400 dengan std. deviasi sebesar 9.95970 dengan jumlah subyek sebanyak 75 orang. Kemudian untuk subyek yang yang uang jajan perbulanya 2.500.000 – 3.000.000 memiliki nilai *mean* 48.1324 dengan std. deviasi sebesar 3.28227 dengan jumlah subyek sebanyak 68 orang. Subyek yang uang jajan perbulanya 3.000.000 – 5.000.000 memiliki nilai *mean* 46.8333 dengan std. deviasi sebesar .98319 dengan jumlah subyek sebanyak 6 orang. Subyek yang uang jajan perbulanya >5.000.000 memiliki nilai *mean* 50.0000 dengan std. deviasi sebesar 3.33030 dengan jumlah subyek sebanyak 12 orang.

Sedangkan nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *avoidance coping* pada pekerjaan subyek yang tidak memiliki uang jajan 500.000 – 1.000.000 adalah 37.3523, nilai std.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

deviasi adalah 8.89406 dengan jumlah subyek sebanyak 88 orang. Sedangkan untuk subyek yang memiliki uang jajan 1.000.000 – 1.500.000 memiliki nilai *mean* 38.4103 dengan std. deviasi sebesar 5.89254 dengan jumlah subyek sebanyak 39 orang. Pada subyek yang memiliki uang jajan 1.500.000 – 2.000.000 nilai mean adalah 43.6667 dengan std deviasi sebesar 1.04523 dengan jumlah subyek yakni 9 orang. Untuk subyek yang memiliki uang jajan perbulan 2.000.000 – 2.500.000 memiliki nilai *mean* 44.4400 dengan std. deviasi sebesar 9.95970 dengan jumlah subyek sebanyak 75 orang. Kemudian untuk subyek yang yang uang jajan perbulanya 2.500.000 – 3.000.000 memiliki nilai *mean* 44.0882 dengan std. deviasi sebesar 9.94723 dengan jumlah subyek sebanyak 68 orang. Subyek yang uang jajan perbulanya 3.000.000 – 5.000.000 memiliki nilai *mean* 42.0000 dengan std. deviasi sebesar . 1.33267 dengan jumlah subyek sebanyak 6 orang. Subyek yang uang jajan perbulanya >5.000.000 memiliki nilai *mean* 42.2500 dengan std. deviasi sebesar 8.77108 dengan jumlah subyek sebanyak 12 orang.

Berdasarkan hasil mean diatas dapat disimpulkan bahwa subyek yang memiliki uang jajan 1.500.000 – 2.000.000 berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, sedangkan pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

skala *approval seeking* yang memiliki tingkat paling tinggi adalah subyek yang memiliki uang jajan berkisar 1.500.000 – 2.000.000 dan pada skala *avoidance coping* pada subyek yang memiliki uang jajan 2.500.000 – 3.000.000 paling tinggi.

7) Deskripsi Data Statistik Variabel Berdasarkan Kartu Debit

Pada penelitian ini apakah subyek memiliki atau tidak memiliki kartu kredit. Penjabaran pada data statistic variabel berdasarkan dengan kepemilikan kartu debit guna untuk mengetahui nilai N (jumlah subyek), mean, dan std. deviasi dari masing-masing.

Tabel 4.20
Deskripsi Data Statistic Variabel Berdasarkan Kepemilikan Kartu Debit

Skala	Kartu Debit	Mean	Std. Deviasi	N
Nilai *Compulsive Buying*	Memiliki	66.6769	1.13308	229
	Tidak memiliki	63.7059	1.18007	68
Nilai *Approval Seeking*	Memiliki	48.2183	3.53497	229
	Tidak memiliki	48.9559	3.34768	68
Nilai *Avoidance Coping*	Memiliki	41.8646	9.69780	229
	Tidak memiliki	39.4265	9.50619	68

Pada tabel diatas dapat dilihat, bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *compulsive buying* subyek yang memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kartu debit adalah 66.6769, nilai std. deviasi adalah 1.13308 dengan jumlah subyek sebanyak 229 orang dan untuk subyek yang tidak memiliki kartu debit memiliki nilai *mean* 63.7059 dengan std. deviasi sebesar 1.18007 dengan jumlah subyek sebanyak 68 orang.

Sedangkan pada nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *approval seeking* subyek yang memiliki kartu debit adalah 48.2183, nilai std. deviasi adalah 3.53497 dengan jumlah subyek sebanyak 229 orang dan untuk subyek yang tidak memiliki kartu debit memiliki nilai *mean* 48.9559 dengan std. deviasi sebesar 3.34768 dengan jumlah subyek sebanyak 68 orang.

Selanjutnya pada nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *avoidance coping* subyek yang memiliki kartu debit adalah 41.8646, nilai std. deviasi adalah 3.53497 dengan jumlah subyek sebanyak 229 orang dan untuk subyek yang tidak memiliki kartu debit memiliki nilai *mean* 39.4265 dengan std. deviasi sebesar 9.50619 dengan jumlah subyek sebanyak 68 orang.

Berdasarkan hasil mean diatas dapat disimpulkan bahwa subyek yang memiliki kartu debit berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, sedangkan pada skala

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

approval seeking yang memiliki tingkat paling tinggi adalah subyek yang tidak memiliki kartu debit dan pada skala *avoidance coping* pada subyek yang memiliki kartu debit paling tinggi.

8) Deskripsi Data Statistik Variabel Berdasarkan Frekuensi Belanja

Pada penelitian ini akan menjelaskan frekuensi belanja yang dilakukan oleh subyek setiap bulanya. Penjabaran pada data statistic variabel berdasarkan dengan frekuensi belanja tiap bulan guna untuk mengetahui nilai N (jumlah subyek), mean, dan std. deviasi dari masing-masing.

Tabel 4.21
Deskripsi Data Statistic Variabel Berdasarkan Frekuensi Belanja

Skala	Frekuensi Belanja	Mean	Std. Deviasi	N
Nilai *Compulsive Buying*	1 – 3 kali	59.3826	9.79848	115
	3 – 5 kali	66.7797	9.82619	59
	5 – 7 kali	72.4727	1.02552	110
	7 – 10 kali	76.4000	1.04067	5
	>10 kali	59.7500	3.57571	8
Nilai *Approval*	1 – 3 kali	48.9043	3.44372	115
	3 – 5 kali	48.6271	4.10172	59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seeking	5 – 7 kali	47.5909	3.01463	110
	7 – 10 kali	50.4000	5.07937	5
	>10 kali	48.8750	3.39905	8
Nilai *Avoidance Coping*	1 – 3 kali	35.8870	8.60922	115
	3 – 5 kali	42.8305	9.58654	59
	5 – 7 kali	46.3455	7.84300	110
	7 – 10 kali	44.4000	1.38311	5
	>10 kali	36.7500	2.31455	8

Pada tabel diatas dapat dilihat, bahwa nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *compulsive buying* pada frekuensi belanja 1-3 kali adalah 59.3826, nilai std. deviasi adalah 9.79848 dengan jumlah subyek sebanyak 115 orang. Sedangkan untuk frekuensi belanja 3-5 kali memiliki nilai *mean* 66.7797 dengan std. deviasi sebesar 9.82619 dengan jumlah subyek sebanyak 59 orang. Pada frekuensi belanja 5-7 kali nilai mean adalah 72.4727 dengan std deviasi sebesar 1.02552 dengan jumlah subyek yakni 110 orang. Untuk frekuensi belanja 7-10 kali memiliki nilai *mean* 76.4000 dengan std. deviasi sebesar 1.04067 dengan jumlah subyek sebanyak 5 orang. Kemudian untuk frekuensi belanja lebih dari 10 memiliki nilai *mean* 59.7500 dengan std. deviasi sebesar 3.57571 dengan jumlah subyek sebanyak 8 orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *approval seeking* pada frekuensi belanja 1-3 kali adalah 48.9043, nilai std. deviasi adalah 3.44372 dengan jumlah subyek sebanyak 115 orang. Sedangkan untuk frekuensi belanja 3-5 kali memiliki nilai *mean* 48.6271 dengan std. deviasi sebesar 4.10172 dengan jumlah subyek sebanyak 59 orang. Pada frekuensi belanja 5-7 kali nilai mean adalah 47.5909 dengan std deviasi sebesar 3.01463 dengan jumlah subyek yakni 110 orang. Untuk frekuensi belanja 7-10 kali memiliki nilai *mean* 50.4000 dengan std. deviasi sebesar 5.07937 dengan jumlah subyek sebanyak 5 orang. Kemudian untuk frekuensi belanja lebih dari 10 memiliki nilai *mean* 48.8750 dengan std. deviasi sebesar 3.39905 dengan jumlah subyek sebanyak 8 orang.

Sedangkan nilai *mean* (nilai rat-rata) pada skala *avoidance coping* pada frekuensi belanja 1-3 kali adalah 35.8870, nilai std. deviasi adalah 8.60922 dengan jumlah subyek sebanyak 115 orang. Sedangkan untuk frekuensi belanja 3-5 kali memiliki nilai *mean* 42.8305 dengan std. deviasi sebesar 9.58654 dengan jumlah subyek sebanyak 59 orang. Pada frekuensi belanja 5-7 kali nilai mean adalah 46.3455 dengan std deviasi sebesar 7.84300 dengan jumlah subyek yakni 110 orang. Untuk frekuensi belanja 7-10 kali

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki nilai *mean* 44.4000 dengan std. deviasi sebesar 1.38311 dengan jumlah subyek sebanyak 5 orang. Kemudian untuk frekuensi belanja lebih dari 10 memiliki nilai *mean* 36.7500 dengan std. deviasi sebesar 2.31455 dengan jumlah subyek sebanyak 8 orang.

Berdasarkan hasil mean diatas dapat disimpulkan bahwa subyek yang frekuensi belanjanya 7-10 berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, sedangkan pada skala *approval seeking* yang memiliki tingkat paling tinggi adalah subyek yang frekuensi belanjanya 5-7 dan pada skala *avoidance coping* pada subyek yang frekuensi belanjanya 7-10 paling tinggi.

c. Uji Prasyarat

Uji prasyarat ini digunakan untuk mengetahui Teknik yang digunakan untuk menganalisis uji hipotesis dalam penelitian ini. Jika hasil dari uji prasyarat didapatkan data yang berdistribusi normal dan memiliki hubungan linier maka untuk sebuah uji hipotesis menggunakan analisis parametrik, yaitu analisis regresilinier berganda. Namun jika dari hasil uji prasyarat didapatkan data yang bebas dari distribusi normal dan memiliki hubungan linier maka untuk uji

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hipotesis menggunakan analisis non parametrik, yakni korelasi *sparman rho.*

1) Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu sebuat metode yang dipakai untuk menganalisis data sebagai alat bantu untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan *SPSS 16* dengan metode uji *One Sample Kolmogrov-smirnov.* Yang dikatakan data berdistribusi normal yakni apabila data memiliki signifikan lebih besar dari 5% atau 0.05. berikut tabel hasil uji normalitas:

Tabel 4.22
Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		297
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.92897728
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.034
	Negative	-.045
Kolmogorov-Smirnov Z		.781
Asymp. Sig. (2-tailed)		.575

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil uji normalitas diatas dapat dijabarkan yaitu 0.575>0.05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal dan juga bisa memenuhi uji normalitas dikarenakan memiliki nilai lebih besar dari 0.05

2) Uji Linieritas

Uji lineritas betujuan untuk mengetahui apakah variabel X1, X2 dengan Y mempunyai hubungan yang linier atau tidak kaidah yang digunakan untuk mengetahui sebuah linieritas hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat adalah ketika p<0.05 maka hubunganya linier.

Tabel 4.23
Hasil Uji Normalitas Linieritas Anova *Compulsive Buying* Dengan *Approval Seeking*.

Variabel	Deviation from Linearity	Taraf Signifikansi	Keterangan
Compulsive Buying	0.029	0.05	Linier
Approval Seeking			

Tabel 4.24
Hasil Uji Normalitas Linieritas Anova *Compulsive Buying* Dengan *Avoidance Coping*.

Variabel	Deviation from Linearity	Taraf Signifikansi	Keterangan
Compulsive Buying	0.000	0.05	Linier
Avoidance Coping			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari kedua tabel diatas dapat disimpulkan bahwa didapatkan hasil taraf signifikan variabel antara variabel *compulsive buying* dengan *approval seeking* di dapatkan hasil sebesar 0.029<0.05 yang artinya antara dua variabel berhubungan linier. Sedangkan hasil taraf signifikan variabel antara variabel *compulsive buying* dengan *avoidance coping* di dapatkan hasil sebesar 0.000<0.05 yang artinya antara dua variabel berhubungan linier.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas berguna untuk menguji apakah dalam analisis regresi ditemukan adanya sebuah korelasi antar variabel bebas. Sebuah analisis regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas didalam model regresi, yaitu dengan melihat dari nilai *tolerance*, dan lawanya yaitu *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *cut off* yang sering dipakai sebagai petunjuk adanya multikolineritas adalah nilai tolerance> 0.10 atau sama dengan VIF< 10 maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas (Imam Ghozali, 2013). Berikut tabel hasil dari uji multikolenearitas:

Tabel 4.25
Hasil Uji Multikolenearitas

Keterangan	*Collinearity Statistic*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Tolerance	VIF
Approval Seeking	1.000	1.000
Avoidance Coping	1.000	1.000

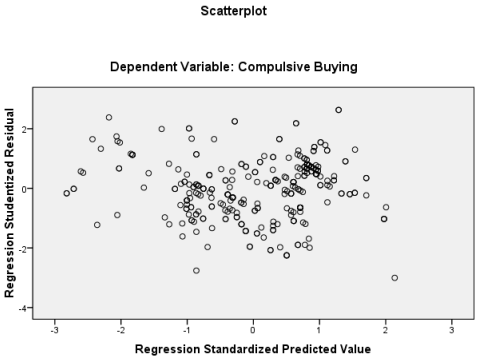
Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji multikolinearitas, perhitungan pada tolerance dan VIF terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerace < 0.10 maka dalam penelitian ini tidak terdapat masalah dalam uji multikolinearitas. Demikian juga tidak terdapat nilai VIF > 10, untuk itu dapat disimpulkan bahwa tidak akan terjadi multikolinearitas antara variabel independent.

4) Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah pada analisis regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu ke yang lainya. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dinamakan homoskedastisitas dan apabila berbeda dinamakan heteroskedasitas (Imam Ghozali, 2013). Untuk mengetahui hal itu dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu (gelombang, melebar kemudian menyempit). Jika pola tertentu dan teratur maka akan terjadi heterokesdasitas dan apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka akan terjadi heteroskesdasitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskesdatisitas



Dari hasil grafik yang disajikan diatas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar diatas ataupun dibawah angka 0 pada sumbu y, serta tidak memiliki pola yang jelas atau tidak membentuk suatu pola. Demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga layak dipakai sebagai prediksi.

B. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda guna untuk membuktikan sebuah hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari data kuesioner. Hasil dari data yang diolah dengan menggunakan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized	Standardized

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Coefficients		Coefficient
	B	Std.Error	Beta
(constant)	11.453	5.880	
Approval Seeking	0.325	.115	0.099
Avoidance Coping	0.940	0.042	0.793

Berdasarkan hasil data diatas dimana hasil analisis regresi diperoleh persamaan berikut:

$$Y = 11.453 + 0.325X1 + 0.940X2$$

Hasil dari analisis regresi linear berganda yang masih berbentuk angka dapat dijelaskan kedalam Bahasa yang mudah untuk dipahami, berikut penjelasanya:

a. Konstanta 11.453

Pada nilai konstanta ini sebesar 11.453, yang artinya jika pada variabel *approval seeking* dan *avoidance coping* bernilai nol, maka *compulsive buying* akan bernilai sebesar 11.453. sehingga dapat disimpulkan bahwa tanpa ada variabel *approval seeking* dan *avoidance coping* maka *compulsive buying* akan sebesar 11.453.

b. (b_1) = 0.325

Hal ini berarti pada variabel *approval seeking* mempengaruhi *compulsive buying* sebesar 0.325.

c. (b_2) = 0.940

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini berarti pada variabel *avoidance coping* mempengaruhi *compulsive buying* sebesar 0.940.

1. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu vaiabel independent secara persial dalam menerangkan sebuah variasi pada variabel dependent. Hasil uji menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.27
Hasil Uji t

Model	T	Sig
(constant)	1.948	0.052
Approval Seeking	2.817	0.005
Avoidance Coping	22.534	.000

Hasil koefisien melalui uji hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan t tabel yaitu n= banyaknya sampel 297 dan K= jumlah variabel maka df= N-K-1 atau sama dengan 297-3-1 = 293 dengan α= 0.05 t tabel sebesar 1.650

H1 : Uji hipotesis *approval seeking* terhadap *compulsive buying* dari hasil perhitungan yang diperoleh dari t hitung untuk variabel X1 sebesar 2.817 > 1.650 (t tabel) dengan signifikansi sebesar 0.005 < 0.05 (taraf sinifikansi. Yang man adapat ditarik kesimpulan H1 diterima dan Ho ditolak, maka hal ini menunjukan bahwa variabel *approval seeking* berpengaruh positif terhadap *compulsive buying*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H2 : Uji hipotesis *avoidance coping* terhadap *compulsive buying* dari hasil perhitungan yang diperoleh dari t hitung untuk variabel X1 sebesar 22.534 > 1.650 (t tabel) dengan signifikansi sebesar 0.000 < 0.05 (taraf sinifikansi. Yang man adapat ditarik kesimpulan H1 diterima dan Ho ditolak, maka hal ini menunjukan bahwa variabel *avoidance coping* berpengaruh positif terhadap *compulsive buying*.

2. Uji F

Pada uji F ini berguna untuk mengetahui semua variabel yaitu *approval seeking, avoidance coping* berpengaruh secara simultan terhadap *compulsive buying.* Hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 4.28
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Regression	24853.822	2	12426.911	257.087	.000
Residual	14211.175	294	48.337		
Total	39064.997	296			

Berdasarkan tabel diatas paa hasil perhitungan uji F, dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 257.087 dan F tabel dan df1= 2 dan df2= 294 dengan α 5% maka didapat F tabel sebesar 3.04 yang berarti 257.087 (F hitung) > 3.04 (F tabel) dan signifikan .000 < 0.05 maka Ho ditolak dan H3 diterima.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada hasil uji F diatas dapat disimpulkan bahwa pada variabel independent secara bersama-sma mempengaruhi variabel dependent secara signifikan. Yang mana terdapat pengaruh antara *approval seeking* dan *avoidance coping* terhadap *compulsive buying.*

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Pada koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar presentase hubungan variabel independent terhadap variabel dependent atau variabel terikat. Besarnya presentase pada pengaruh semua variabel bebas terhadap nilai vaiabel terikat dapat diketahui dari jumlah koefisien determinasi. Angka koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.29
Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Srd. Error of the Estimate
0.798	0.636	0.634	6.95251

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa koefisien dterminasi (R^2) menunjukan bahwa pada tabel *Adjusted R Square* sebesar 0.634 atau 63.4% yang berarti variasi variabel *compulsive buying* dapat dijelaskan oleh variabel *approval seeking* dan *avoidance coping* dan sisanya 36.6% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pembahasan

Pada penelitian ini berusaha untuk memperoleh gambaran dari pengaruh, *approval seeking* dan *avoidance coping* terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Setelah selesai menganalisis permasalahan yang ditemukan pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, variabel *approval seeking* dang *avoidance coping* mempengaruhi *compulsive buying* yang dibuktikan dengan analisa data menggunakan metode penelitian yang telah ditentukan. Pada penelitian ini memiliki subyek sebanyak 297 mahasiswa. Pada penelitian ini menggunaka analisis regresi linear berganda. Yang mana sebelum dilakukanya uji hipotesis perlu melakukan uji prasyarat terlebih dahulu sebanyak 4 kali untuk dapat melakukan analisis regresi linear berganda. Uji prasyarat diantaranya adalah uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah melakukan analisis regresi linear berganda pneleiti juga melakukan uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil dari uji normalitas yang menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini menunjukan bahwa nilai 0.575 > 0.05 hal ini berarti sebaran data pada variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal. Sedangkan hasil dari uji linieritas *approval seeking* terhadap *compulsive buying* yang mendapatkan hasil sebesar 0.029<0.05 sedangkan hasil uji normalitas dari *avoidance coping* terhadap *compulsive buying* adalah 0.000<0.05, yang artinya variabel *approval seeking* dengan *compulsive*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

buying memiliki hubungan linier begitu juga terhadap *avoidance coping* dan *compulsive buying* juga mempunyai hubungan yang linier.

Kemudian pada uji multikolinearitas menunjukan hasil tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerace < 0.10 maka dalam penelitian ini tidak terdapat masalah dalam uji multikolinearitas. Demikian juga tidak terdapat nilai VIF > 10. Selanjutnya pada uji heteroskedastisitas yang menunjukan hasil bahwa dari *scatter plot* disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga layak dipakai sebagai prediksi.

Dari hasil uji analisis uji regresi linier berganda didapatkan hasil yang menunjukan bahwa pada variabel *approval seeking* mempengaruhi *compulsive buying* sebesar 0.325 sedangkan pada pada variabel *avoidance coping* mempengaruhi *compulsive buying* sebesar 0.940. yang mana bahwa antara variabel *approval seeking* dan *compulsive buying* memiliki hubungan begitu juga pada variabel *avoidance coping* dengan *compulsive buying* juga memiliki hubungan.

Selain itu dari hasil uji t yang dilakukan oleh peneliti bahwa uji hipotesis *approval seeking* terhadap *compulsive buying* dari hasil perhitungan yang diperoleh dari t hitung untuk variabel X1 sebesar 2.817 > 1.650 (t tabel) dengan signifikansi sebesar 0.005 < 0.05 (taraf sinifikansi. Yang man adapat ditarik kesimpulan H1 diterima dan Ho ditolak, maka hal ini menunjukan bahwa variabel *compulsive buying* berpengaruh positif terhadap *approval*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seeking sedangkan uji hipotesis *avoidance coping* terhadap *compulsive buying* dari hasil perhitungan yang diperoleh dari t hitung untuk variabel X1 sebesar 22.534 > 1.650 (t tabel) dengan signifikansi sebesar 0.000 < 0.05 (taraf sinifikansi. Yang man adapat ditarik kesimpulan H1 diterima dan Ho ditolak, maka hal ini menunjukan bahwa variabel *compulsive buying* berpengaruh positif terhadap *avoidance coping*.

Pada uji F kali ini menghasilkan nilai bahwa nilai F hitung sebesar 257.087 dan F tabel dan df1= 2 dan df2= 294 dengan α 5% maka didapat F tabel sebesar 3.04 yang berarti 257.087 (F hitung) > 3.04 (F tabel) dan signifikan .000 < 0.05 maka Ho ditolak dan H3 diterima. Yang mana terdapat pengaruh antara *approval seeking* dan *avoidance coping* terhadap *compulsive buying* dan analisis koefisien determinasi didapatkan hasil bahwa koefisien dterminasi (R^2) menunjukan nilai sebesar 0.634 atau 63.4% yang berarti variasi variabel *compulsive buying* dapat dijelaskan oleh variabel *approval seeking* dan *avoidance coping* dan sisanya 36.6% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Dapat disimpulkan dari analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien dterminasi bahwa adanya arah hubungan positif yang terjadi antara variabel *approval seeking* dan *avoidance coping* berpengaruh terhadap *compulsive buying*. Hal ini menunjukan bahwa semua hipotesis yang diajukan diterima, yaitu terdapat hubungan antara *approval seeking* dan *compulsive buying*, juga terdapat hubungan antara *avoidance coping* terhadap *compulsive*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

buying dan juga terdapat hubungan antara *approval seeking* dang *avoidance coping* dengan *compulsive buying* secara signifikan, yang artinya semakin tinggi tingkat *approval seeking* makan semakin tinggi juga tingkat *compulsive buying*, begitu juga dengan semakin tinggi *avoidance coping* maka semkin tinggi juga *compulsive buying*. Sebaliknya jika semakin tingkat *approval seeking* dan *avoidance coping* maka semakin rendah pula tingkat *compulsive buying*.

Mengingat bahwa *approval seeking* dan *avoidance coping* merupakan salah satu dari faktor *compulsive buying* dan hasil dari penelitian ini telah membuktikan bahwa *compulsive buying* dipengaruhi oleh *approval seeking* dang *avoidance coping*. Dimana ketika mahasiswa memiliki tingkat *approval seeking* yang tinggi dan *avoidance coping* yang tinggi makan akan melakukan kegiatan *compulsive buying* untuk mengimbanginya. *Compulsive buying* yang tinggi pada mahasiswa akan membuat kehidupanya semakin buruk, karena merasa kurang dengan apa yang dimilikinya.

Menurut DeSarbo dan Edwards (1996) faktor *compulsive buying* dibagi menjadi 2 bagian yakni *predispositional factor* dan *circumstansial factors* yang *approval seeking* merupakan salah satu bagian dari *predispositional factors* dan *avoidance coping* merupakan salah satu bagian dari *circumtansial factors*. *Compulsive buying* menurut Edwards (1993) adalah suatu perilaku berbelanja yang abnormal atau tidak normal dimana perilaku berbelanja tersebut tidak terkontrol, berulang-ulang, dan memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keinginan atau nafsu yang kuat untuk berbelaja yang dapat dijadikan sebagai pelampiasan untuk menghilangkan perasaan negative seperti stress dan kecemasan.

Sedangkan menurut Chiffman dan Kanuk (2008) mengartikan *compulsive buying* adalah sebagai pembelian yang komplusif yan termasuk dalam pembelian abnormal, yang merupaka salah satu contoh dari sisi gelap konsumsi. Black et al. (1998) juga menjelaskan *compulsive buying* sebagai perilaku berbelanja dan pengeluaran uang secara tidak wajar sehingga dapat mengakibatkan gangguan atau suatu kerusakan pelampiasan dari stress atau tekanan hidup (dalam Roland, 2009).

Hasil dari penelitian ini di ukur dengan menggunakan compulsive buying scale salah satunya. Yang terdiri dari beberapa aspek menurut Edward (1993) seperti *tendency to spend, compulsion/drive to spend, feeling about shopping and spending, dysfunctional spending* dan *posh-purchase guilt.*

Ada beberapa alasan atau tahap yang menjadikan seseorang menjadi compulsive buying meurut Edwards (dalam Masita, 2017) yang disebut dengan spending cycle yakni yang pertama adanya perasaan yang kosong dari dalam dirinya, harga diri yang rendah dan perasaan *incompleteness.* Kemudian yang kedua yang berasal dari lingkungan sekitar yang mulai menerapkan budaya apabila seseorang itu memiliki benda atau sesuatu yang dipandang orang lain bagus, maka seseorang itu menjadi penting dan berharga dan akan disikuai oleh banyak orang serta mendapatkan pujian. Yang ketiga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemudian seseorang akan berbelanja untukmemperoleh perasaan sukses dan akan menceritakan kepada orang disekitarnya yang akan kagum pada dirinya. Dan yang terakhir Ketika seseorang mulai berhutang atau kekurangan dalam hal finansialnya untuk menutupi hasrat berbelanjanya, maka orang itu akan merasa tidak memiliki keunggulan lagi, dan merasakan *incompleteness* lagi, sehingga akan kembali lagi ke tahap awal. Begitulah seterusnya jika mahasiswa tidak memiliki rasa percaya diri dan selalu ingin di puji oleh orang lain. Terlihat dari hasil penelitian di atas bahwa *approval seeking* dan *avoidance coping* berpengaruh terhadap *compulsive buying.* Semakin tinggi *approval seeking* dan *avoidance coping* yang dimiliki seseorang, semakin tinggi pula *compulsive buying*. Hal ini juga diperkuat dengan penelitian dari Djudiyah (2019) juga menjelaskan bahwa jika perilaku *compulsive buying* akan semakin tinggi ketika cara mendekati permasalahan yang dimiliki *avoidance coping* semakin tinggi juga.

Mc Elroy (1995) mengatakan diagnostic kriteria klinis dari *compulsive buying* diantaranya adalah tidak dapat menahan nafsu berbelanja, membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan, gangguan dalam kehidupan sosial, pekerjaan dan keuangan, *compulsive buying* tidak akan terjadi dalam periode *hypomania.* Sedangkan pendapat lain dari Zahr (2005) kriteria compulsive buyig meliputi individu akan melakukan kegiatan berbelanja saat merasakan perasaan marah, depresi, cemas atau kesepian, memiliki argument mengenai berbelanja, merasa kehilangan jika tidak ada kartu kredit, membeli barang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara kredit daripada tunai, merasakan kesenangan saat berbelanja, merasa bersalah dan malu saat berbelanja, berbohong terhadap orang lain atas nominal yang dihabiskan saat berbelanja, terobsesi dengan uang.

Tahap tahap yang di ungkapkan oleh Edwards (dalam Masita 2017) seperti yang di jelaskan di atas sesuai dengan yang dilakukan oleh mahasiswa yang memenuhi kebutuhan untuk mandapatkan pujian dari lingkunganya tentu melakukan kegiatan berbelanja secara berulang. Individu melakukan kegiatan berbelanja guna mendapatkan pujian dari orang lain (O'Guinn & Faber dalam Fenny, 2014). Hal tersebut juga didukung oleh pendapat Ergin (2010) mengemukakan bahwa perilaku pembelian kompulsif merupakan suatu kegagalan kronis untuk mengontrol keinginan diri untuk membeli suatu barang ataupun jasa. Sesuai dengan teori yang di ungkapkan oleh La Rose (dalam Laili, 2012) yaitu *operant conditioning theory*, bahwa *compulsive buying* terjadi karena adanya *reinforcemet positif* maupun negative dari perilaku tersebut. Artinya ketika berbelanja individu akan merasa senang dan relaks. Terdapat *reinforcement* sehingga membuat perasaan seseorang menjadi relaks serta hilangnya perasaan-perasaan negative seperti cemas, tegang, stress sehingga membuat mereka akan mengulangi kegiatan berbelanja lagi ketika perasaan-perasaan negative itu muncul dimana hal ini yang membuat mereka akan menjadi semakin kompulsif dan tidak bisa terkontrol dalam melakukan kegiatan belanja. Pembelian yang komplusif akan terus berulang ketika individu tersebut merasa berhasil dan meyakini bahwa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan kegiatan berbelanja yang mereka lakukan bisa muncul rasa bahagia dengan mendapat pujian dari orang. Menurut Fenny, dkk (2014) mahasiswa yang melakukan pembelian komplusif adalah mahasiswa yang melampiaskan atau menghindari suatu permasalahan atau perasaan negatiff dari kehidupanya. Edwards (1993) juga mengatakan bahwa perilaku *compulsive buying* bukan sebuah perilaku dikotomi yang dapat dikategorikan menjadi *compulsive* ataupun *non compulsive buying*, tetapi perilaku ini rentang dan berkesinambungan yang didasarkan pada kompulsivitas kegiatan belanja. Hasil penelitian Thombs (dalam Laili, 2012) juga menambahkan bahwa belanja dapat menjadi pertahanan diri dimana individu melakukanya secara berulang-ulang untuk melindungi diri dari tingginya tingkat kecemasan, depresi, kebosanan, serta emosi negative lainya.

Compulsive buying juga memiliki dampak negative yang mengganggu kehidupan individu. Menurut Dittmar (2005) akibat dari prilaku compulsive buying adalah masalah yang terjadi pada sosial atau pekerjaanya dan juga masalah finansial seperti berhutang. Begitu juga masalah yang di alami oleh setiap mahasiswa juga berbeda, tuntunan dari teman-temanya yang selalu memakai pakaian atau barang sesuai dengan jaman sehingga membuat individu trsebut ingin memiliki secepatnya. Menurut Larsen, dkk (1976) cara untuk mendapatkan *approval seeking* dari orang lain yang menurutnya penting adalah dengan cara lebih tinggi dalam hal sosial, fisik dan penampilan daripada anggota masyarakat lainya pada dimensi sosialnya. Seperti saja jika

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seseorang ingin di puji karena ia memakai sesuatu yang di kenakan ia harus selalu *update* agar tidak tertinggal dan mendapatkan *approval* dari orang lain.

Selain itu Tsai (2005) menunjukan bahwa konsumen yang memiliki sosial yang bagus daripada pribadinya lebih termotivasi untuk memiliki merek mewah untuk dimiliki dengan tujuan agar berpenampilan bagus di depan teman sebayanya. Dengan demikian rentan *compulsive buying* dapat terlihat dari konsumsi yang berlebihan atau mencolok untuk mencari *approval* dari orang lain. Mereka mungkin melakukan *approval seeking* karena takut tidak di terima di lingkungan sosialnya.

Tuntutan yang di berikan oleh kampus kepada mahasiswa terkadang membuat mahasiswa merasa terbebani dan tertekan sehingga mahasiswa menghindari hal itu dengan cara mencari kesenangan diluar untuk sekedar *refreshing.* Anak anak muda yang cenderung memiliki strategi *avoidance coping* tinggi cenderung menjauhkan diri dari pikiran dan perilakunya untuk mengatasi tuntutan lingkungan yang menekan dirinya (Moos dalam Djudiyah, 2019). Hasil penelitian dari Djudiyah (2019) juga menjelaskan bahwa jika perilaku *compulsive buying* akan semakin tinggi ketika cara mendekati permasalahan yang dimiliki *avoidance coping* semakin tinggi juga. Hasil ini juga sama dengan hasil yang dilakukan oleh peneliti.

Pada hasil uji deskripsi statistic pada penelitian kali ini dapat dilihat bahwa analisis pada penelitian variabel *approval seeking* didapatkan nilai N (banyak subyek) dari subyek itu didapatkan hasil bahwa pada skor terkecil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

minimum pada variabel *compulsive buying* adalah 36.00, kemudian pada skor maksimumnya adalah 96.00, dan memiliki *mean* sebesar 165.9966 dengan standar deviasi sebesar 11.48810. Sedangkan pada variabel *approval seeking* skor minimumnya adalah 39.00, dan memiliki skor maksimum adalah 60.00 dengan *mean* 48.3872 dan nilai standar deviasi sebesar 3.50119. Selanjutnya pada variabel avoidance coping memiliki skor minimum sebesar 16.00 kemudian skor maksimum yang dimiliki sebesar 64.00 dengan mean sebesar 41.3064 dan standar deviasi sebesar 9.69277.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan tingkat pada hasil bahwa tingkat compulsive buying pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik dan juga mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada kategori rendah berjumlah 42 subjek dengan skor 36 – 54 dengan besar presentase 14.1%, kemudian subjek yang berada pada kategori sedang dengan batasan skor 55 – 76 berjumlah 174 subjek dengan persentase 58.6% dang yang pada skor antara 77 -96 berada pada kategori tinggi dengan jumlah subjek beriksar 81 orang dengan persentase sebesar 27.3%.

Sedangkan pada approval seeking terdapat 33 subjek yang berada pada kategori rendah dengan nilai skor berkisar antara 39 -44 dengan persentase 11.1%. Selanjutnya subjek yang berada pada kategori rendah dengan penentuan skor antara 44.5 – 51 berjumlah 209 orang dengan persentase 70.4% dan yang terakhir jumlah subje yang berada pada kategori tinggi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berjumlah 55 subjek dengan persentase 18.5 persen dengan perolehan skor antara 51.5 – 60.

Pada variabel avoidance coping nilai skor terendah yakni 16-31 dengan jumlah subjek yaitu 32 orang dengan hasil persentase yaitu 10.8%, kemudian pada kategori sedang dengan nilai skor 32 – 49 dengan jumlah subjek yaitu 198 orang dengan persentase 66.7% dan pada kategori tinggi dengan nilai skor 50 – 64 dengan jumlah subjek sebanyak 67 orang dengan persentase 22.6%.

Hasil dari penjabaran data diatas maka dapat dilihat bahwa mahasiswa FEBI dan FISIP UINSA yang mengalami *compulsive buying* yakni berada di kategori sedang dengan presentase sebesar 58.6%, kemudian terbanyak kedua adalah pada kategori tinggi dengan jumlah presentase 27.3% dan yang terakhir pada kategori rendah dengan jumlah presentase sebesar 14.1%.

Hal yang membedakan konsumen normal dengan seseorang *compulsive buying*. Pada konsumen biasa, mereka hanya melakukanya ketik bosan melanda akan tetapi mereka berbelanja dengan penuh perhitungan dan bisa membatasi waktu belanja, sedangkan seseorang dengan *compulsive buying* individu terlalu obsesi pada perasaan mereka secara berlebihan dan betah berlama-lama ketika berbelanja. Aktivitas berbelanja yang menyenangkan menurut mereka tersebut bisa menghilangkan berbagai ketegangan emosional yang umumnya terjadi pada mahasiswa (Roland Yehoshua, 2009).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Faber dan O'Guinn (1989) seseorang yang dapat melakukan coping terhadap stress yang sedang di hadapi berarti dapat mengontrol sebuah peristiwa atau perasaan negative sehingga memungkinkan terhindar dari perilaku yang *compulsive buying*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Agnes (2012) bahwa pembelian kompulsif yang tinggi dapat terjadi apabila individu tersebut tidak termotivasi diri saat muncul perasaan negative. Penerimaan dan pernghargaan terhadap individu adalah salah satu cara untuk mewujudkan perkembangan yang sehat. Persahabatan juga bisa membantu dalam peningkatan harga diri pada mahasiswa karena suatu kelompok teman atau sahabat dipercaya dapat membantu individu dalam mencapai rasa keterlibatan atau dianggap.

Individu yang mendapat penerimaan karena dianggap serta dukungan dari orang lain tidak akan merasa dikucilkan dilingkungan atau pergaulanya sehingga tidak akan merasa sedih, marah, sepi dan depresi ataupun cemas (Agnes, 2012). Maka dari itu individu melakukan hal tersebut untuk menetralkan perasaan-perasaanya. Apabila hal itu dilakukan secara terus menerus cenderung mempunyai perilaku *compulsive buying* yang tinggi dengan itu perilaku compulsive adalah respon terhadap suatu dorongan yang tidak bisa dikontrol jika sedang mengalami perasaan negative atau peristiwa (Faber dan O'Guinn, 1989).

Mahasiswa yang memiliki harga diri yang rendah mencari cara bagaimana agar bisa diperhatikan oleh orang laing (*approval seeking*) atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengucilkan dirinya sehingga ia berbuat sesuatu yang bisa membuat dirinya dirinya merasa nyaman dan salah satunya dengan berbelanja. Sehingga dengan berbelanja seseorang akan mendapatkan apa yang di inginkan dan memakai barang tersebut untuk diperlihatkan kepada orang lain agar mendapatkan pujian (Zumrotus, 2014). Menurut Hanis (2014) kegiatan berbelanja akan terus berulang ketika individu merasa berhasil dan meyakini bahwa dengan kegiatan berbelanja yang dilakukan dapat mendatangkan perasaan bahagia dan mendapat pujian.

Hasil penelitian dari Kemal Budi, dkk (2019) bahwa harga diri terbukti dapat mempengaruhi *compulsive buying*, semakin tinggi harga diri maka semakin tinggi maka semakin tinggi perilaku *compulsive buying*. Pada mahasiswa kota semarang yang memiliki karakteristik puas dengan dengan diri sendiri, merasa dirinya paling baik, dapat melakukan banyak hal, merasa berharga dan mencari pujian dari orang lain agar diperhatikan. Hal iu tersebut dapat memunculkan dampak terhadap perilaku *compulsive buying.*

Penelitian Kemal Budi, dkk (2019) juga menunjukan bahwa suasana hati juga mempengaruhi *compulsive buying*. Bahwa jika keadaan hati memiliki rasa takut atau cemas terhadap suatu peristiwa, percaya dengan hal-hal yang bisa membuat orang lain akan suka, mendapatkan tekanan dari dalam atau luar diri sendiri memiliki dampak terhadap *compulsive buying.*

Penelitian yang dilakukan oleh Dittmar (2005) bahwa penelitian menunjukan compulsive buying diakibatkan oleh suasana hati yang tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat melakukan control diri dengan baik dalam menjalankan aktivitas konsumsi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kellet dan Bolton (2009), bahwa *compulsive buying* digunakan sebagai alat untuk memgatur suasana hati yang dapat merubah perasaan yang negative menjadi perasaan atau suasana hati yang positif.

Mahasiswa yang cenderung memiliki strategi *avoidance coping* tinggi cenderung menjauhkan diri dari pikiran dan perilakunya untuk mengatasi tuntutan lingkungan yang menekan dirinya (Moos dalam Djudiyah, 2019). Mereka berusaha mencari aktivitas pengganti, menarik diri dan menjauhi sumber stress, pasif dalam merespon, merasa tidak berdaya dan tidak memiliki harapan (Lazarus dalam Djudiyah, 2019). Dengan demikian individu yang merasa dirinya menjauhi permasalahan yang dihadapi cenderung melakukan perilaku *compulsive buying* sebagai upaya untuk menjauhkan diri dari tuntutan lingkungan yang menekan serta mengalihkan pikiran untuk menjauhkan diri dari stressor kehidupan (Otero-Lopes dal Djudiyah, 2019). Hasil penelitian dari Djudiyah juga menjelaskan bahwa jika perilaku *compulsive buying* akan semakin tinggi ketika cara mendekati permasalahan yang dimiliki *avoidance coping* semakin tinggi juga.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Otero-Lopes dan Villardefracos (2014) menemukan bahwa straategi coping yang digunakan adalah *passive-avoidance* yang bertujuan untuk menghindari sebuah masalah, mengkritik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diri sendiri, impian khayal, menarik diri dari orang lain, memiliki nilai rendah pada strategi *active-focus* dalam memecahkan sebuah masalah dan menyusun kembali pikiranya. Otero-Lopes dan Villardefracos (2014) juga menemukan hasil penelitian bahwa *compulsive buying* merupakan cara untuk mengatasi distress psikologis yang di alami oleh individu.

Mahasiswa yang cenderung menggunakan strategi *avoidance coping* dalam mengatasi permaslaahn mereka cenderung memiliki dorongan yang kuat untuk melakukan perilaku *compulsive buying* (Djudiyah, 2019). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Djudiyah (2019) juga menunjukan bahwa belanja kompulsif pakaian merupakan cara anak-anak muda atau mahasiswa untuk mengatasi persoalan atau distress psikologis yang dialami. Ketika mereka sedang jenuh dengan semua tuntutan atau aktivitas kampus mereka cendereung melakukan *compulsive buying*.

Hasil dari penelitian dari Piero M, dkk (2018) bahwa mayoritas mahasiswa di Surabaya setiap bulanya berbelanja ke pusat perbelanjaan, kebanyakanb dari mereka melakukan kegiatan berbelanja 2-3 kali dalam setiap bulan dengan rata-rata lama perjam sekitar 2-3 jam pada saat *relax* dan 2-5 jam pada saat stress. Mahasiswa mengeluarkan uang paling banyak saat berbelanja ketika stress. Produk yang sering dibeli antara lain, makanan, minuman dan pakaian. Mahasiswa cenderung mengeluarkan uang untuk membeli makanan dalam kndisi stress dan hal paling banyak kedua dibeli saat stress adalah pakaian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perilaku ini dapat dikontrol sejak usia dini, diperlukan peran yang penting dalam Pendidikan usia dini agar dapat membentuk karakter anak yang baik sehingga dapat mencegah anak untuk berperilaku kompulsif. Perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa membuat mereka kehilangan *control* diri ketika malkukan kegiatan berbelanja, sehingga menimbulkan pembelian barang yang tidak diperlukan sehingga menjadi seseorang yang konsumtif atau *compulsive buying*.

Pembahasan mengenai data demografi yang dikaitkan dengan variabel akan dijelaskan. Berdasarkan dengan penjelasan analisis deskripsi jenis kelamin bahwa laki-laki berperilaku *compulsive buying* paling tinggi dibandingkan dengan perempuan. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa memang kaum wanita lebih cenderung berpotensi menjadi compulsive buying disbanding dengan laki laki (Dittmar, 2005). Dikarenakan wanita memang menyukai aktivitas berbelanja dan kegiatan berbelanja tersebut dapat mempresentasikan pada status sosial dan sarana untuk bersosialisasi dengan temanya. Hasil penelitia yang berbeda yang dilakukan oleh Lee dan Workman (2015) bahwa perilaku *compulsive buying* tertinggi cenderung dilakukan oleh wanita daripada wanita diakibatkan karena ketertarikan emosional individu pada suatu merek tertetu.

Selanjutnya berdasarkan hasil penjelasan deskripsi usia pada variabel diatas bahwa pada usia 24 thn berperilaku *compulsive buying* paling tinggi dibandingkan dengan usia 19, 20 dan 21 tahun. Hal ini diperkuat dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian yang dilakukan Gwin (dalam Titin Ekowati, 2009). Yang menemukan bahwa seseorang yang berusia antara 18-24 tahun memiliki kecenderungan yang tinggi berperilaku secara kompulsif dengan jumlah 57% dari 447 respondenya. Hal ini dilakukan guna untuk membutuhkan sebuah pengakuan terhadap eksistensinya dan untuk mendapatkan sebuah pujian (Ratih, 2016).

Hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Roland Yehoshua (2009) bahwa usia rata-rata subyek yang diteliti 26-24 tahun yang man apada usi tersebut mereka justru lebih memikirkan pekerjaan yang ingin ditekuni ketimbang dengan berbelanja karena belum mendapatkan penghasilan yang tetap dan cenderung pemilih ketika berbelanja. Hasil lain dari Januar R. dan Akhmad B. (2013) bahwa usia tidak memepengaruhi seseorang bersikap *compulsive buying*, tetapi secara sistematis tidak ada seseorang yang berada pada usia tertentu akan cenderung berperilaku compulsive buying lebih tinggi disbanding dengan usia yang lainya.

Kemudian berdasarkan dengan hasil penjelasan pada pekerjaan sebelumnya bahwa mahasiswa memiliki pekerjaan *driver* berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, disbanding dengan mahasiswa yang bekerja sebagai pengusaha, guru, wiraswasta ataupun *freelance.* Memang belum ada penelitian yang menjelaskan tentang pekerjaan terhadap *compulsive buying* akan tetapi hasil dari penelitian dari Roland Yehoshua (2009) bahwa jika semakin tinggi karir dan tanggung jawab seseorang semakin berat pula

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tekanan yang dihadapi, hal ini yang membuat mereka ingin terus melakukan perilaku *compulsive buying* karena merasa tertekan dengan pekerjaanya.

Berdasarkan hasil pembahasan pada analisis dekripsi pada fakultas dapat di tarik kesimpulan bahwa fakultas ekonomi dan bisnis islam memiliki tingkat compulsive buying yang tinggi dibandingkan dengan fakultas ilmu sosial dan politik. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fenny Felicia dkk (2014) yang mana terdapat perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa *Institute of Trade and Business* di Medan.

Berdasarkan hasil pembahasan pada analisis dekripsi semester bahwa semester 6 berperilaku *compulsive buying* paling tinggi, disbanding dengan semester 2, 4 dan 8. Hasil dari penelitian Roland Yehoshua (2009) yang mengatakan bahwa tidak ada kecendurungan terhadap compulsive buying pada jenjang pendidikan. Hasil ini berbeda dengan hasil yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Temuan ini memberikan suatu informasi bahwa compulsive buying bisa juga muncul pada mahasiswa yang berada di semester berapapun.

Berdasarkan dengan hasil analisis deskripsi uang jajan atau pendapatan bahwa subyek yang memiliki uang jajan 1.500.000 – 2.000.000 berperilaku *compulsive buying* paling tinggi. Hasil dari penelitian Januar R. dan Akhmad B. (2013) uang saku memunculkan hasil negative dan tidak signifikan terhadap perilaku *compulsive buying* yang artinya uang saku tidak mempengaruhi perilaku *compulsive buying* tersebut. Berdasarkan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian Faber dan o'Guinn (1989) bahwa perilaku compulsive buying dapat terjadi pada siapapun dengan jumlah pendapatan yang beragam.

Berdasarkan dengan hasil data deskripsi kepemilikan kartu debit bahwa subyek yang memiliki kartu debit berperilaku *compulsive buying* paling tinggi dibanding dengan mahasiswa yang tidak memiliki kartu debit. Hasil penelitian ini sejalan dengan Park dan Burns (2005) bahwa compulsive buying saying berkaitan dengan seseorang yang menggunakan kartu debit. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Laili (2012) menunjukan hasil bahwa partisipan yang memiliki kartu debit lebih cenderung berperilaku kompulsif saat berbelanja dibanding dengan partisipan yang tidak memiliki kartu debit.

Berdasarkan dari hasil frekuensi belanja pada mahasiswa bahwa subyek yang frekuensi belanjanya 7-10 berperilaku *compulsive buying* paling tinggi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Piero M, dkk (2018) mayoritas mahasiswa di Surabaya berbelanja dalam satu bulan sebanyak 2-3 kali. Hasil penelitian lain yang berbeda yang dilakukan oleh Laili (2012) bahwa pertisipan yang memiliki frekuensi belanja lebih dari 10 kali yang paling tinggi cenderung berperilaku *compulsive buying.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *approval seeking* dan *avoidance coping* terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam dan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik UIN Sunan Ampel Surabaya secara signifikan. Dengan demikian hipotesis yang diajukan oleh peneliti, diterima. Sementara itu tingkat dari korelasi yang dihasilkan antara variabel *approval seeking* ataupun *avoidance coping* terhadap *compulsive buying* memiliki arah hubungan yang positif dan cukup kuat, yang artinya jika semakin tinggi *approval seeking* ataupun *avoidance coping*, maka perilaku *compulsive buying* juga semakin tinggi pada mahasiswa.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikansara sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

   Peneliti memberikan saran kepada mahasiswa yang telah meluangkan waktunya untuk dijadikan sebagai subyek dalam penelitian ini. Berikut saran yang ingin diberikan untuk mahasiswa agar bisa mengatur keuanganya dan kegiatan belanja:

a. Mahasiwa harus lebih mampu untuk menahan keinginan berbelanja apabila itu tidak dibutuhkan dengan cara mengurangi kegiatan berbelanja itu sendiri seperti melihat barang-barang online, pergi ke pusat perbelanjaan, harus bisa berfikir dewasa dan bersyukur atas apa yang diberikan.
b. Mahasiswa harusnya memiliki kepercayaan diri dengan apa yang dimilikinya. Tidak perlu menjadi orang lain agar terlihat menarik di depan semua orang. Be your self.
c. Menjadwal kegiatan berbelanja agar tidak terlalu sering. Berbelanja dilakukan ketika ada kebutuhan ang mendesak dan harus dibeli.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga diharapkan kepada peneliti senjutnya yang berkeinginan untuk meneliti pepenelitian ini. Berikut adalah saran peneliti untuk penelitian selanjtnya:

a. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar peneliti lebih memperbanyak subyek yang di teliti baik dari kalangan mahasiswa, remaja, dewasa atau yang sudah bekerja.
b. Untuk penelitian selanjutnya agar menambah teori *approval seeking* jika ingin mengaitkan dengan variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Anggit, J. (2015). “Strategi Coping Stres Pada Mahasiswa Baru Fakultas Psikologi Universitas Muhammdiyah Malang”. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang.

Azwar, S. (2012). “Reabilitas dan Validitas”. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Azwar, S. (2013). “Metode Penelitian”. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Benson, A. (2000). “I shop, therefore I am: Compulsive buying and search for self”.

Boyle, G. J., Dkk. (2015). “Measuresof Personality and Social Psychology Construct”. London: Elsevier/Academic Press.

Cannon, M. (2006). “Indonesia Posisi Ketujuh Pembelanjaan Konsumsi Komersial ASPAK”. *Journal.*

Catherine, T., dkk. (1998). “Coping Strategies: Research Network on Sosioeconomic Status and Health”. Australia: UCSF Press Australia.

Chaplin, J.P. (2006). “Kamus Lengkap Psikologi”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Chiffman, L. dan Kanuk, L. (2008). “Perilaku Konsumen”. Cengkareng: PT. Indeks.

Chrintenson, G. A., dkk. (1944). “Compulsive Buying: Descriptive Characteristic and Psychiatric Comordibity”. *Journal of Clinical Psychiatry*.

Coopersmith, S. (1990). “The Atecedents of Self Esteem”. San Francisco: Freeman and Company.

Creswell, J. W. (2014). “Penelitian Kuantitatif & Desain Riset”. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Crowne, D. & Marche, D. (1964). “The Approval Motive”. New York: Wiley.

Damar, K. (2011). “ Pengaruh Otoritas Fashion, Money, Attitude, dan Self-esteem Terhadap Perilaku Pembelian Komplusif Pada remaja”. *Journal*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya.

Desarbo, W. S., & Edwards, E. A. (1996). “ Typologies of Complusive Buying Behavior: A Constrained Cluster Wise Regression Approach”. *Journal of Consumer Psychology*.

Dittmar, H. (2005). “Compulsive Buying- A Growing Concern? An Examination of Gender, Age, and Endorsement of Materialistic Values as Predictors”. *British Journal of Psychology*. Vol. 96.

Djudiyah. (2019). “Avoidance Coping, Contigent Self-Esteem Dan Belanja Kompulsif”. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang.

Edwards, E. (1996). “Development of A New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior”. Michigan: Michigan University Department.

Fenny, F., dkk. (2014). “Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme Dan Gaya Hidup Hedonistic”. Jurnal Pemikiran & Penelitian Psikologi. Vol. 9. No. 3. Fakultas Psikologi. Universitas Sumatera Utara.

Ferguson, Eamonn & Cox, T. (2011). “The Functional Dimensions of Coping Scale: Theory, Reliability and Validity”. *Journal of Psychology*. Vol. 2.

Fishman. (1965). “Need of Approval and The Expression of Agression Under Varying Conditions of Frustation”. *Journal Personal and Social Persuasibility*.

Georgeta, P., dkk. (2015). “The Influence of Reasons Approving on Student Motivation for Learning”. *Journal Social and Behavioral Sciences*.

Faculty of Psychology and Educational Sciences. University of Bucharest.

Ghozali, Imam. (2013). " Aplikasi Analisi Multivariate dengan Program IBM *SPSS 21* Update PLS Regresi". Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hittner, B. J. (2014). "A Preliminary Analysis of The Perceived Risks of Misusing Multiple Subtances, Trait Anxiety. London: Routledge.

Ianah, Ian. (2008). "Hubungan Antara Tingkat Kematangan Emosi Dengan Jenis Coping Stres Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik". *Thesis*. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Gresik.

Kaplan, R. & Saccuzzo, D. (2005). "Psychological Testing: Principles, Applications, and Issues". USA: Thomson Wadsworth.

Kemal., dkk. (2019). "Peran Suasana Hati, Harga Diri Dan Sikap Tentang Uang Dalam Mempengaruhi Perilaku Pembelian Kompulsif: Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Kota Semarang". *Equilibrium*. Vol. 7. No. 2. FE. Universitas Negeri Semarang.

Kerlinger, F. & Lee, H. (2000). " Foundation of Behavioral Research". Florida: Harcourt, Inc.

Kumala Sari, Ratih. (2016). "Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying Pada Masa Remaja Akhir Di Samarinda". *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Mulyawarman Samarinda.

Kumar, R. (1996). "Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners". London: Sage Publications.

Kurnia, Laili. (2012). “Hubungan Self Esteem Dan *Compulsive Buying* Pada Wanita Dewasa Muda”. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Indonesia Depok.

Kurnianingtyas, w. (2018). “Pengaruh Kecanduan Internet dan Materialisme Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif *Online*”. *E-Jurnal Manajemen Unud.* Vol. 7, No. 2. FEB. Universitas Udayana Bali.

Kuzma, J. M. (2006). “Compulsive Buying Disordes. World Psychiatry”. *Journal of Psychology*. Vol. 6.

Larsen, K. (1974). “Emotional Responses to Frustationof Approval Seeking and Personal Identity”. Psychology, Rep.

Larsen, K., Martin., dkk. (1976). “Approval Seeking, Social Cost, and Agression: A Scale and Some dynamic”. J*ournal of Psychology*.

Larsen, K., Martin., dkk. (1984). “Anticipated Social Cost and Interpersonal accomediation”. Human Communication Research.

Larsen, S. Knud. Dkk. (1976). “ Approval Seeking, Social Cost, And Aggression: A Scale And Some Dynamics. *Journal of Psychology*. Oregon State University.

Leary, R. Mark., dkk. (2015). “Measures of Concern With Public Image and Social Evaluation”. USA: Duke University.

Lesmana, Teguh. (2009). “Application of CBT in Coping With Compulsive Buying on Online Shopping by Young Adult Woman”. *Jurnal Muara Ilmu Sosial*, Humaniora dan Seni. Vol. 1. No. 1. Jakarta: Universitas Tarumanegara.

Letty, W. & David Paper. (2010). “Compulsive Buying: A Theoritical Framework”. *The Journal of Business Inquiry*. Woodbury School of Businnes.

Mangestuti, R. (2014). “Model Pembelian Kompulsif Pada Remaja”. *Disertasi Doktor*. Universitas Gajah Mada Yogyakarta.

Martin, J. Harry. (1984). “A Revised Measure of Approval Motivation and Its Relationship to Social Desirability”. *Journal of Personality Assessment*. Department of Management and Labor. Cleveland State University.

Martono, Nanang. (2010). “Metode Penelitian Kuantitatif”. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada.

Mashudi, F. (2012). “Psikologi Konseling”. Yogyakarta: IRCiSoD.

McElroy, S. L., dkk. (1994). “Compulsive Buying: A Report of 20 Cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*.

Mery, R. (2019). “Pengaruh Attitude Toward Money Terhadap Compulsive Buying Behavior Pengguna Kartu Kredit”. Jurnal Ekonomi Vokasi. Vol. 2 No. 2. Universitas Serang Raya.

Muhid, A. (2012). “Analisis Statistik: 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan *SPSS for Windows*”. Sidoarjo: Zifatama Publishing

Muta’adin, Z. (2002). “Pengantar Pendidikan dan Ilmu Perilaku Kesehatan”. Yogyakarta: Andi Offset.

Natasha, H. (2018). “Hubungan Profil Kepribadian-Neuroticism Dan Coping-Avoidance Pada Pecandu Game Online”. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Surabaya.

Neave, Lydia., dkk. (2019). “ *Seeking attention versus seeking approval: How conspicuous consumption differ between grandiose and vulnerable narcissistics*”. Italy: INEKA Annual Conference.

Nindya, W. (2013). “Strategi Coping Menghadapi Stres Dalam Menyusun Tugas Akhir Skripsi Pada Mahasiswa Program S1 Fakultas Ilmu Pendidikan. *Skripsi*. FIP. Universitas Negeri Yogyakarta.

Panisoara, Georgeta. Dkk. (2015). “The Influence of Reansons Approving on Student Motivationfor Learning”. *Journal*. Faculty of Psychology and Educational Science. University of Bucharest.

Park, H. & Buns, L. D. (2005). “Fashion Orientation, Credit Card Use and Compulsive Buying”. Emerald Group.

Patrice, Moulton., dkk. (2014). “ Eating Disorders: A Means for Seeking Approval?”. London: Routledge.

Paul, R. (1990). “Towards a new measure of success: Developing Independent learners, Open Learning” *Journal*.

Qoryma, U. Masita. (2017). “Hubungan Antara Materialisme Dan Perilaku *Compulsive Buying*”. *Skripsi*. FIP. Universitas Negeri Semarang.

Rahajeng, Hanis. (2014). “ Studi Kasus: Perilaku *Compulsive Buying* Pada Mahasiswa Di Yogyakarta”. *Skripsi*. Fip. Universitas Negri Yogyakarta.

Ramaniah, N. V. (1985). “Personality and Self-actualizing Profiles of Assertive People”. *Journal Of Personality Assessment*.

Said & Djudiyah. (2019). “Avoidance coping dan kebermaknaan hidup pada lansia dipinti Werdha”. *Jurnal Psikologi*. Vol. 15. No. 1. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah malang dan Universitas Negeri Malang.

Salomon, Michael. (2007). “Consumer Behavior 7th Edition: Buying Having and Being”. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sheth, J. dan Mittal, B. (2004). “Customer Behavior: A Management Perspective Second Edition”. *South Wester Educational Publishig.*

Shulman, A. & Silman, I. (1974). “Social Desirability and Need Approval: Some Paradexical and a Conceptual Re-evaluation”. J. Sec. & Clin, Psychol.

Sofiani, Fanny. (2018). “Hubungan Antara Avoidance Coping Dengan Burnout Pada Ibu Bekerja Part Time Di Kawasan Konveksi Kabupaten Tegal”. Fakultas Psikologi. Universitas Diponegoro.

Sugiyono. (2001). “Metode Penelitian Bisnis”. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). “Statistika Untuk Penelitian”. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tsai, S. P. (2005). “Impact of Personal Orientation on Luxury-Brand Purschase Value: An International Investigation”. *International Journal of Market Research*.

Wagner. (2009). “Gaya Hidup “Shopping Mall” sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif pada Remaja di Perkotaan”. *Skripsi*. Fakultas Ekologi Manusia. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Wibowo, P. Kukuh. (2016). “Hubungan Compulsive Buying dengan Perilaku Berhutang (Dissaving)”. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang.

Workman, Letty. (2010). “The Essential Structure of Compulsive Buying: A Phenomenological Inquiry”. All Graduate Theses and Disertations, Utah State University.

Wulansari, E. Agnes. (2012). “Hubungan Antara Harga Diri Dan Perilaku Membeli Kompulsif (*Compulsive Buying*) Pada Remaja Putri”. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Yehoshua, Roland. (2009). “Kecenderungan Perilaku Membeli Kompulsif (Compulsif Buying) Pada Wanita Dewasa Muda Yang Bekerja Dan

Belum Menikah: Sebuah Studi Deskriptif". *Skripsi*. Fakultas psikologi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Zahr, R. (2005). "What Behavior Indicate Compulsive Shopping and Spending". (diunduh dari www.addictionrecov.org/addict.htm).

Zhan, L. & He, Y. (2012). "Understanding Luxury Consumption in China: Consumer Perceptions of Best-Known Brands". *Journal of Business Research.*

Zumrotus, S. (2014). "Hubungan Antara Harga Diri Dengan *Compulsive Buying* Pada Remaja Di Pesantren". *Skripsi*. FPISB. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.