

Understanding Online Buying Behavior in University Students: The Role of Conformity and Academic Stress on Compulsive Buying

Memahami Perilaku Belanja Online pada Mahasiswa: Peran Konformitas dan Stres Akademik terhadap Compulsive Buying

Favian Ahmad¹, Vinaya Untoro², Endro Puspo Wiroko³

^{1,2,3} Faculty of Psychology, Universitas Pancasila, Indonesia

Email: ¹ favian3107@gmail.com, ² vi315naya@gmail.com, ³ endro.puspowiroko@univpancasila.ac.id

Artikel Info	ABSTRACT
Riwayat Artikel: Penyerahan 2023-12-27 Revisi 2024-02-02 Diterima 2024-02-24	<i>Shopping, especially online shopping, has become common for university students. Online shopping behavior is often caused by the interest in advancing social status and getting rid of negative feelings that someone is experiencing. Unconsciously, if done repeatedly, this behavior can lead to compulsive buying. This study aimed to determine the role of conformity and academic stress on compulsive buying in online shopping among university students. This quantitative study, with convenient sampling to collect data. Respondents in this research involved 200 students aged 18-25 as the study sample. Regression analysis was executed by using SPSS. This study's results show a significant role of conformity and academic stress in compulsive buying among university students. Conformity significantly contributes to compulsive buying with a contribution of 15.1%, and academic stress can trigger compulsive online shopping behavior among university students with a contribution of 29%. Based on this research, university students need to understand their conformity related to their peers so they will not be impacted by compulsive buying. Moreover, university students also need to manage their stress levels associated with the academic environment so that they will not be impacted by compulsive buying.</i>
Keyword: Compulsive Buying; Conformity; Academic Stress; University Students	

ABSTRAK	Kata Kunci
Berbelanja khususnya berbelanja <i>online</i> sudah menjadi hal yang biasa bagi kalangan mahasiswa. Perilaku berbelanja <i>online</i> sering disebabkan oleh kepentingan dalam mengedepankan status sosial dan menghilangkan perasaan negatif yang sedang dirasakan seseorang. Tanpa disadari hal tersebut jika dilakukan secara terus berulang dapat menimbulkan perilaku <i>compulsive buying</i> . Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran konformitas dan stres akademik terhadap <i>compulsive buying</i> dalam belanja <i>online</i> pada mahasiswa. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan pengambilan responden menggunakan <i>convenient sampling</i> . Subjek pada penelitian ini adalah 200 mahasiswa berusia 18-25 tahun. Analisis data menggunakan uji regresi menunjukkan bahwa terdapat peran signifikan konformitas dan stres akademik terhadap <i>compulsive buying</i> belanja <i>online</i> pada mahasiswa. Konformitas berperan signifikan terhadap <i>compulsive buying</i> dengan sumbangan sebesar 15,1% dan stres akademik mampu berperan dalam memunculkan <i>compulsive buying</i> belanja <i>online</i> pada mahasiswa dengan sumbangan sebesar 29%. Berdasarkan penelitian ini, mahasiswa perlu memahami konformitas dirinya dengan rekan sebayanya agar tidak terdampak <i>compulsive buying</i> . Selain itu, mahasiswa juga perlu mengelola stress yang berhubungan dengan lingkungan akademik agar tidak terdampak <i>compulsive buying</i> .	Compulsive Buying; Konformitas; Stres Akademik; Mahasiswa

Copyright (c) 2024 Favian Ahmad, Vinaya Untoro & Endro Puspo Wiroko

Korespondensi:

Vinaya Untoro

Fakultas Psikologi Universitas Pancasila

Email: vi315naya@gmail.com



LATAR BELAKANG

Kemajuan zaman, teknologi yang berkembang pesat, dan peningkatan tingkat pendapatan merupakan aspek-aspek utama yang berdampak besar pada kehidupan sosial ekonomi dan pola konsumsi masyarakat. Tercatat konsumsi masyarakat di Indonesia meningkat sebesar 4,34% pada triwulan I tahun 2022, lebih baik dibandingkan triwulan I tahun 2021 yang terus mengalami kontraksi sebesar 2,21% (*year on year*), dan lebih tinggi dibandingkan triwulan I tahun 2020, yang hanya meningkat sebesar 2,83 (*year on year*) (BPS, 2022). Pola konsumtif terutama pada kalangan muda pun berubah dari hanya memenuhi kebutuhan primer menjadi memenuhi kebutuhan sekunder, tersier, dan mungkin kebutuhan tambahan. Kalangan muda cenderung membeli barang dan jasa yang memenuhi keinginannya secara konsumtif daripada yang didasarkan pada kebutuhan. Hal ini didukung hasil penelitian Thohiroh dan Yuwono (2015) yang menunjukkan bahwa mahasiswa sering membeli barang karena kesenangan, rela menjual barang pribadinya untuk membeli suatu barang tertentu dan bukan didasarkan pada kebutuhan. Mahasiswa juga diketahui sebagai kelompok yang menunjukkan perilaku yang lebih konsumtif dibandingkan orang dewasa (Otero-López et al., 2021). Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 yang menyertakan 6.285 responden di Indonesia, kelompok populasi dengan pembelian secara *online* paling tinggi adalah usia 18-21 tahun (35%) dan 22-28 tahun (33%). Pada umumnya rentang umur tersebut merupakan mahasiswa serta pegawai.

Hasil kajian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (2020) pada November 2020, menemukan beberapa alasan seseorang melakukan pembelian *online*. Harga ditemukan menjadi motivasi utama konsumen dalam melakukan transaksi atau berbelanja *online* (15,2%), kemudahan transaksi karena bisa dilakukan dimana saja (13,2%), lebih cepat dan mudah (10,3 %), dan media yang digunakan dalam berbelanja banyak memberikan diskon atau promo menarik dengan persentase 8,3%. Terlepas dari keunggulannya, kegiatan belanja *online* yang memberikan kemudahan akan terus berkembang dan membuat masyarakat semakin konsumtif apabila tidak disertai kontrol yang baik. Sikap konsumtif bisa menimbulkan masalah keuangan yang berlebihan dan berulang (Astuti, 2013). Dampak dari perilaku konsumtif juga dipaparkan dalam hasil penelitian Faizal dan Pratama (2020) yang membuktikan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa yang tinggi dapat mempengaruhi tingkat hutang yang tinggi.

Menurut Myers (2012), perilaku konsumtif digambarkan sebagai kecenderungan membeli barang ataupun jasa yang tidak diperlukan atau yang melebihi keperluan dasarnya, dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan atau kebahagiaan sementara. Perilaku konsumtif dapat terlihat pada berbagai tingkatan, dari pembelian impulsif hingga kompulsif. *Impulsive buying* dan *compulsive buying* adalah suatu istilah yang berbeda baik dalam hal frekuensi, penyebab, dan tingkat keparahannya, *impulsive buying* terjadi ketika keinginan untuk suatu produk atau merek melebihi kemauan seseorang untuk menolak (Hoch & Loewenstein, 1991). Sedangkan *compulsive buying* merupakan dorongan yang berulang dan tidak

terkendali untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan dan pembeli kompulsif cenderung dilakukan oleh remaja atau seseorang berusia di awal 20-an (McElroy et al., 1994). *Compulsive buying* dapat berdampak jangka pendek maupun jangka panjang, diantaranya adalah perasaan positif setelah melakukan tindakan *compulsive buying*, akan tetapi hal tersebut hanya bertahan dalam jangka waktu yang singkat, perasaan positif tersebut akan memicu pengulangan pada *compulsive buying* (O'Guinn & Faber, 1989). Apabila *compulsive buying* dilakukan terus-menerus, maka dapat mengakibatkan beberapa risiko, seperti risiko sosial, psikologis, dan ekonomi. Salah satu dampak yang jelas dari perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa adalah ketidakstabilan finansial, yang berpotensi memengaruhi kehidupan akademiknya di perkuliahan apalagi jika individu sampai tidak mampu membayarkan uang kuliah akibat pembelian kompulsifnya.

Sesuai tahap perkembangan usia, mahasiswa masuk di dalam masa *emerging adulthood* yang ditandai dengan munculnya *identity exploration, feeling in between, self-focus, instability*, dan optimisme pada individu (Arnett, 2004). Pada masa *emerging adulthood*, individu memasuki tahap eksplorasi identitas dan mencari peran serta tujuan hidup yang sesuai dengan *value* dan preferensi mereka. Proses ini seringkali diikuti oleh perubahan gaya hidup, seperti meningkatnya minat terhadap hiburan dan pengalaman baru, serta keinginan untuk menunjukkan identitas sosial melalui barang-barang atau gaya hidup tertentu. Hal ini dapat memengaruhi perilaku *compulsive buying* individu pada masa *emerging adulthood* (Arnett, 2000). Selain itu, pada masa *emerging adulthood* individu juga sedang membangun kemandirian finansial dan mengalami perubahan dalam status sosial dan ekonomi, seperti memasuki dunia kerja atau kuliah. Perubahan ini dapat memengaruhi pola konsumsi dan pengeluaran individu, serta mendorong mereka untuk memenuhi kebutuhan sosial dan status dengan membeli barang ataupun jasa yang dianggap penting. Penelitian juga menemukan bahwa *emerging adulthood* ialah tahap di mana seseorang lebih banyak menghabiskan uang untuk hiburan dan gaya hidup daripada kebutuhan mendasar seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal (Arnett, 2000).

Menurut Gwin, Roberts dan Martinez (2004) *compulsive buying* dipengaruhi oleh 2 faktor, yakni faktor dalam diri dan luar diri individu. Pada faktor dalam diri dipengaruhi oleh perasaan negatif seperti stress, cemas, dan gelisah (Faber & O'Guinn, 1992), kepercayaan diri, pengendalian diri serta ketidakstabilan emosi (Sari, 2016). Penelitian menemukan adanya hubungan kepribadian dengan perilaku konsumtif (Baik et al., 2016; Faisati et al., 2018). Tipe kepribadian ekstrovert cenderung memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dibandingkan dengan tipe kepribadian introvert. Selain itu, harga diri juga memengaruhi tindakan *compulsive buying* seseorang (Meiyunica, 2021). Pada faktor luar diri, *compulsive buying* dipengaruhi oleh pendekatan orangtua dalam membesarkan anak (Rindfleisch et al., 1997). Gwin, Roberts dan Martinez (2004) menyatakan bahwa individu melakukan tindakan *compulsive buying* agar mendapatkan status sosial dalam kelompoknya dan dapat diterima di lingkungannya. Selain itu konformitas juga dapat

memengaruhi tindakan *compulsive buying* seseorang (Meiyunica, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan variabel konformitas sebagai faktor luar (eksternal) individu dan stres akademik sebagai faktor dalam (internal) diri individu.

Menurut Myers (2012), konformitas dapat memainkan peran penting dalam perilaku *compulsive buying*. Individu sering kali mendapatkan tekanan dari kelompok di sekitarnya untuk membeli produk tertentu untuk mengikuti gaya hidup. Myers (2012) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif yang terlalu ekstrem dapat terjadi karena adanya konformitas pada aspek normatif atau informasional. Mahasiswa dapat mengalami konformitas karena pada umumnya mahasiswa menghabiskan banyak waktu di kampus dan memiliki lingkungan sosial yang kuat di dalamnya. Tekanan untuk melakukan konformitas dengan norma dan nilai-nilai kelompok bisa menjadi sangat kuat karena mereka ingin diterima dan diakui oleh teman sebaya atau lingkungan sosial mereka. Mahasiswa cenderung mengalami konformitas dalam berbagai situasi sosial karena mahasiswa memiliki kebebasan yang besar dalam memilih lingkungan sosial mereka, sehingga dapat memilih untuk bergaul dengan kelompok yang menganut nilai-nilai dan norma yang sama dengan diri mereka sendiri (Riswasthi & Dewi, 2022). Besarnya tuntutan di dalam kelompok sering membuat mahasiswa bahkan dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah melakukan pembelian secara tidak wajar (Pergiwati, 2016). Sehingga dapat disimpulkan bahwa konformitas lebih cenderung dialami oleh mahasiswa.

Penelitian sebelumnya menemukan hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif secara umum (Haryono, 2014; Nastiti, 2017). Sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa secara khusus terdapat pengaruh konformitas terhadap pembelian kompulsif (Ekapaksi, 2016). Penelitian lainnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pembelian kompulsif, citra diri, dan konformitas pada remaja (Rohman & Baidun, 2019). Penelitian sebelumnya yang juga menunjukkan bahwa *fashion orientation*, *money attitude*, *self-esteem* dan *conformity* dapat mempengaruhi *compulsive buying* baik secara masing-masing maupun secara bersama-sama, dengan faktor yang paling dominan adalah *conformity* (Widaningsih & Mustikasari, 2019). Penelitian juga menemukan adanya hubungan antara konformitas dengan pembelian kompulsif pada mahasiswa (Khairalita & Susilarini, 2023). Sedangkan riset yang dilakukan oleh Catapano dan Smania (2019) berbeda dari riset sebelumnya, menunjukkan bahwa faktor konformitas tidak berhubungan dengan perilaku pembelian kompulsif.

Selain konformitas, menurut Choi dan Lee (2018) stres akademik memiliki pengaruh positif terhadap kecenderungan untuk melakukan *compulsive buying* pada mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa juga memiliki tanggung jawab terhadap bidang akademiknya. Stres akademik pada mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam kehidupan akademik seperti tugas, keikutsertaan dalam suatu organisasi, dan tuntutan akademik (Wilks, 2008). Ada tiga hal yang sering dilakukan individu dalam mengatasi stres yang lebih menitikberatkan pada aspek emosional yaitu *escape*, relaksasi, dan

hang out (López et al., 2016). Perilaku *compulsive buying* kerap kali dilakukan ketika seseorang memiliki suasana hati yang kurang baik akibat stres yang dialami. Hal tersebut dibuktikan oleh penelitian yang menemukan bahwa remaja semakin beralih ke *compulsive buying* dalam upaya untuk mengatasi tingkat stres yang tinggi karena faktor keluarga dan non-keluarga (Singh & Nayak, 2015).

Penelitian juga menunjukkan bahwa stres yang dirasakan, berhubungan dengan pembelian kompulsif *online* pada kalangan wanita (Zheng et al., 2020). Penelitian lain menunjukkan bahwa remaja awal cenderung beralih ke pembelian kompulsif dalam upaya mengatasi tingkat stres akademik yang tinggi (Roberts & Roberts, 2012). Pada penelitian ini, peneliti tertarik untuk melihat peran dari stres akademik terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa mengingat tingkat prevalensi stres akademik pada mahasiswa di Indonesia berada pada tingkat yang cukup tinggi. Menurut Fitasari (2011) tingkat prevalensi stres akademik pada mahasiswa di Indonesia mencapai 36,7 – 71,6%. Perilaku *compulsive buying* sering kali dilakukan mahasiswa dengan dalih “*self reward*” untuk mengatasi stres akademiknya. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *compulsive buying* kerap kali dipilih sebagai salah satu strategi coping dari stres ketika seseorang merasa tidak berdaya saat mengalami kecemasan yang tinggi (Çelik & Köse, 2021).

Penelitian tentang *compulsive buying* masih perlu dilanjutkan dengan menguji berbagai prediktor untuk kemudian dianalisis dinamikanya (Otero-López, 2022) dan juga perlu lebih banyak dilakukan pada populasi mahasiswa dengan konteks negara berkembang (Harnish et al., 2021). Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dilakukan karena ingin menguji peran stres akademik dan konformitas terhadap *compulsive buying*. Hal ini mengingat hasil penelitian sebelumnya yang tidak konklusif sehingga berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian terdahulu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang peran konformitas dan stres akademik terhadap *compulsive buying dalam belanja online* pada mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini akan diteliti mengenai peran stres akademik dan konformitas dengan *compulsive buying* belanja *online* mahasiswa. Desain dalam penelitian ini ialah penelitian *non-experimental*, karena dalam tidak dilakukan manipulasi dalam variabel yang diukur. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini.

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa berusia 18-25 tahun, menggunakan aplikasi belanja *online* dan melakukan aktivitas belanja *online* minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir secara berulang. Diperoleh sejumlah 200 responden mahasiswa yang sesuai dengan kriteria dengan menggunakan *convenience sampling*.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan *Compulsive Buying Scale* (Elizabeth A. Edwards, 1993) sebanyak 13 item untuk mengukur *compulsive buying*. Skala ini memperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,878. *The Conformity Scale* (Mehrabian & Stefl, 2006) sebanyak 11 item untuk mengukur konformitas dengan nilai reliabilitas sebesar

0,797, serta *Perceptions Academic Stress* (PAS) sebanyak 18 item untuk mengukur stress akademik dengan nilai reliabilitas sebesar 0,892.

Hasil data dianalisis dengan melakukan uji asumsi klasik dan dilakukan uji regresi linear sederhana menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik responden

Tabel 1. Distribusi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	150	75%
2	Laki-laki	50	25%
Total		200	100%

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa subjek penelitian terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 150 partisipan dengan presentase 75%.

Hasil Uji Deskriptif

Tabel 3. Gambaran Compulsive Buying

Variabel	Mean Empirik	SD Empirik	Mean Hipotetik	SD Hipotetik	Status
Compulsive Buying	42,10	9,168	26	4,3	Tinggi
Konformitas	54,48	10,731	55	14,6	Rendah
Stres Akademik	52,97	10,911	45	9	Rendah

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa gambaran *compulsive buying* pada mahasiswa tergolong tinggi karena memperoleh mean empiric lebih besar daripada mean hipotetik. Sedangkan terkait gambaran konformitas dan stress akademik tergolong rendah karena memperoleh mean hipotetik

Tabel 2. Distribusi Subjek Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	18 tahun	0	0
2	19 tahun	9	4,5%
3	20 tahun	7	3,4%
4	21 tahun	51	25,5%
5	22 tahun	94	47%
6	23 tahun	29	14,5%
7	24 tahun	4	2%
8	25 tahun	6	3%
Total		200	100%

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa subjek penelitian terbanyak berusia 22 tahun yaitu sebanyak 47%, 21 tahun sebanyak 51 responden (25,5%) dan 29 mahasiswa sebanyak 14,5%.

lebih kecil daripada mean empiric. Berdasarkan kategorisasi skor setiap variabel yang dibagi menjadi skor tinggi dan rendah berdasarkan nilai mean empiric, diperoleh rincian sebagai berikut:

Tabel 4. Kategorisasi Skor Compulsive Buying

Interval Kecenderungan	Skor	Kategori	F	(%)
$X < M$	$X < 42,10$	Rendah	91	45,5
$X \geq M$	$X \geq 42,10$	Tinggi	109	54,5

Berdasarkan tabel 4 terlihat bahwa *compulsive buying* mahasiswa mayoritas berada di dalam kategori tinggi yaitu sebesar 54,5%.

Tabel 5. Kategorisasi Skor Konformitas

Interval Kecenderungan	Skor	Kategori	F	(%)
$X < M$	$X < 54,48$	Rendah	80	40
$X \geq M$	$X \geq 54,48$	Tinggi	120	60

Berdasarkan tabel 5 terlihat bahwa konformitas mahasiswa sebagian besar berada di dalam kategori tinggi yaitu sebesar 60%.

Tabel 6. Kategorisasi Skor Stres Akademik

Interval Kecenderungan	Skor	Kategori	F	(%)
$X < M$	$X < 52,97$	Rendah	93	46,5
$X \geq M$	$X \geq 52,97$	Tinggi	107	53,5

Berdasarkan tabel 6 terlihat bahwa stress akademik sebagian besar mahasiswa berada di dalam kategori tinggi yaitu sebesar 53,5%.

Hasil Uji Asumsi

Pada penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik untuk regresi linear yang terdiri dari uji normalitas, dan uji linearitas.

Tabel 7. Tabel Uji Asumsi

Uji Asumsi	Skor	P	Keterangan
Uji Normalitas	Kosmogorov-Smirnov = 0,200	>0,05	Normal
Uji linearitas	Durbin-Watson (d) = 1,992	dU = 1,7887	Tidak ada masalah

Berdasarkan tabel uji asumsi, terlihat bahwa uji asumsi untuk dimungkinkannya dilakukan uji analisis regresi linear sederhana sudah terpenuhi.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 8. Tabel Uji Regresi Linear Sederhana antara Konformitas, Stres Akademik dan Compulsive buying

	Compulsive Buying				
	B	se	t	p	R ²
Konformitas	0,13	0,059	2,209	0,028	0,151
Stres Akademik	0,387	0,058	6,675	0,000	0,290

Berdasarkan hasil uji regresi linier terdapat peran signifikan konformitas terhadap *compulsive buying* dalam belanja *online* pada mahasiswa ($p < 0,05$) dengan kontribusi sebesar 15%, sedangkan stres akademik memiliki peran signifikan terhadap *compulsive buying* dalam belanja *online* pada mahasiswa ($p < 0,01$) dengan kontribusi sebesar 29%. Dapat dilihat bahwa stres akademik memiliki kontribusi lebih besar dalam menjelaskan *compulsive buying* belanja *online* pada mahasiswa dibandingkan konformitas.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan mengetahui ada tidaknya peran konformitas dan stres akademik terhadap perilaku *compulsive buying* belanja *online* di kalangan mahasiswa. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa konformitas dan stres akademik secara signifikan berperan dalam membentuk perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa. Kontribusi konformitas terhadap *compulsive buying* ditemukan sebesar 15,1%, sedangkan stress akademik ditemukan berkontribusi terhadap *compulsive buying* sebesar 29%. Hal ini berarti bahwa stres akademik memberikan kontribusi lebih besar daripada konformitas dalam menjelaskan *compulsive buying*.

Hasil penelitian ini, terkait dengan peran konformitas terhadap *compulsive buying* ditemukan sejalan dengan penelitian sebelumnya (Ekapaksi, 2016; Rohman & Baidun, 2019) yang menemukan adanya hubungan antara konformitas dengan *compulsive buying*. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Catapano dan Smania (2019) yang menemukan tidak adanya hubungan antara konformitas dengan *compulsive buying*.

Penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa konformitas dan *compulsive buying* tidak hanya terjadi pada remaja usia 15-19 tahun, seperti pada penelitian Ekapaksi (2016). Penelitian ini, dengan menggunakan subjek mahasiswa dengan rentang usia di

masa perkembangan yang berbeda yaitu 18-25 tahun, yang menurut Arnett (2000) masuk dalam kategori *emerging adult* juga memperlihatkan masih tingginya tingkat konformitas.

Terkait dengan stress akademik dan *compulsive buying*, penelitian ini mengkonfirmasi dan memperkuat hasil penelitian sebelumnya (Zheng et al., 2020) yang menunjukkan hubungan stres dengan *compulsive buying*. Hal ini dapat terjadi karena salah satu hal yang kerap dilakukan individu untuk mengatasi stress adalah lebih menitikberatkan pada aspek emosional seperti *escape*, relaksasi dan *hang out* (López et al., 2016). Kontrol diri yang lebih kuat memang diperlukan agar individu mampu mengelola perilakunya agar tidak emosional saat mengonsumsi barang (Mulyono & Rusdarti, 2020). Begitu juga dengan *compulsive buying*, dianggap sebagai salah satu strategi coping dari stress ketika seseorang merasa tidak berdaya saat mengalami kecemasan yang tinggi (Çelik & Köse, 2021).

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa factor lingkungan pertemanan, terutama tekanan yang berasal dari teman dekat mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan *compulsive buying*. Diperlukan juga pembekalan keterampilan mahasiswa untuk dalam mengatasi stress akademik, serta pengembangan keterampilan mengambil keputusan dan pengaturan keuangan yang baik supaya dapat terhindar dari *compulsive buying*.

Beberapa kekurangan penelitian ini, yang bisa diperbaiki untuk penelitian sebelumnya adalah belum dilakukannya *screening* awal secara spesifik yang menjelaskan mengenai frekuensi belanja *online* untuk memperkuat data tingkat *compulsive buying* dari responden. Penelitian ini juga belum menanyakan data mengenai pendapatan responden yang berguna untuk melihat kaitan *compulsive buying* dengan tingkat sosial ekonomi. Faktor-faktor lain yang bisa mendorong seseorang untuk melakukan *compulsive buying* diantaranya adalah agresivitas, narsisme, harga diri atau bisa juga dikaitkan dengan konteks subjek penelitian dengan kondisi stress misalnya pada subjek dengan orang tua bercerai.

Secara umum, penelitian ini baru bisa menjelaskan sebagian kecil dari factor yang mempengaruhi *compulsive buying*. Beberapa factor lain yang diperkirakan semakin memperjelas dan berkontribusi menjelaskan *compulsive buying* diantaranya adalah *fashion orientation*, *money attitude*, dan *self esteem* (Widaningsih & Mustikasari, 2019).

KESIMPULAN

Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini terdapat peran konformitas dan stres akademik terhadap *compulsive buying* belanja online pada mahasiswa. Konformitas ditemukan berkontribusi menjelaskan *compulsive buying* belanja online pada mahasiswa yaitu sebesar 15,1%, sedangkan stres akademik ditemukan berkontribusi *compulsive buying* belanja online pada mahasiswa sebesar 29 %. Saran untuk penelitian selanjutnya, dilakukan *screening awal* untuk memastikan secara spesifik Tingkat *compulsive buying* responden dengan cara menanyakan frekuensi belanja online yang biasa dilakukan. Penelitian selanjutnya diharapkan juga menanyakan pendapatan atau pengeluaran responden supaya bisa melihat kaitan tingkat sosial ekonomi responden dengan perilaku *compulsive buying*. Variabel lain yang berpotensi untuk dihubungkan dengan *compulsive buying*, diantaranya adalah agresivitas, narsisme, harga diri dan juga konteks spesifik penyebab stress misalnya pada subjek dengan orang tua bercerai.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79–83. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>
- Baik, J., Lee, K., Lee, S., Kim, Y., & Choi, J. (2016). Predicting personality traits related to consumer behavior using SNS analysis. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 22(3), 189–206. <https://doi.org/10.1080/13614568.2016.1152313>
- Çelik, S., & Köse, G. G. (2021). Mediating effect of intolerance of uncertainty in the relationship between coping styles with stress during pandemic (COVID-19) process and compulsive buying behavior. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, 110(December 2020). <https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2021.110321>
- Ekapaksi, N. (2016). Pengaruh Konformitas dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Aitem Fashion (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman). *Psikoborneo*, 4(3), 612–620.
- Elizabeth A. Edwards. (1993). Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior. *Financial and Planning. Journal Financial Counseling and Planning*, 4(313), 67–85.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A Clinical Screener for Compulsive Buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459. <https://doi.org/10.1086/209315>
- Faisati, M. M., Noviekayati, I., & Rini, A. P. (2018). Permissive Parenting and Extrovert Personality With Consumptive Behavior in Indonesian Workers (TKI / TKW) Children in Bandung Tulungagung District. *Psikodimensia*, 17(2), 93. <https://doi.org/10.24167/psidim.v17i2.1521>
- Harnish, R. J., Roche, M. J., & Bridges, K. R. (2021). Predicting compulsive buying from pathological personality traits, stressors, and purchasing behavior. *Personality and Individual Differences*, 177(December 2020), 110821. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110821>
- Haryono, P. (2014). Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(4), 268–273. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v2i4.3674>
- Hoch, S. J., & Loewenstein, G. F. (1991). Time-inconsistent Preferences and Consumer Self-Control. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 492–507. <https://doi.org/10.1086/208573>
- Khairilita, Z., & Susilarini, T. (2023). Hubungan Konformitas dan Kontrol diri dengan Pembelian Kompulsif Terhadap Produk Skincare Innisfree pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Jurnal Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(2), 43–52.
- López, F. J. M., García, C. P., Abad, J. C. G., & Ardura, I. R. (2016). Hedonic motivations in online consumption behaviour. *International Journal of Business Environment*, 8(2), 121. <https://doi.org/10.1504/ijbe.2016.076628>
- Mehrabian, A., & Steffl, C. A. (2006). Basic Temperament Components of Loneliness, Shyness, and Conformity. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 23(3), 253–263. <https://doi.org/10.2224/sbp.1995.23.3.253>
- Mulyono, K. B., & Rusdarti. (2020). How psychological factors boost compulsive buying behavior in digital era: A case study of Indonesian students. *International Journal of Social Economics*, 47(3), 334–349. <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2019-0652>
- Nastiti, D. A. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(4), 472–478. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i4.4464>
- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying Phenomenological Exploration.pdf. In *The Journal of Consumer Research* (Vol. 16, Issue 2, pp. 147–157).
- Otero-López, J. M. (2022). What Do We Know When We Know a Compulsive Buying Person? Looking at Now and Ahead. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(18). <https://doi.org/10.3390/ijerph19181232>
- Otero-López, J. M., Santiago, M. J., & Castro, M. C. (2021). Big five personality traits, coping strategies and compulsive buying in spanish university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 1–15. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020821>
- Pergiwati, G. E. (2016). Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi dengan Status Sosial Ekonomi ke Bawah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3), 399–407.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Denton, F. (1997). Family Structure, Materialism, and Compulsive Consumption.pdf. *The Journal of Consumer Research*, 23(4), 312–325.
- Risyawirasthi, E. L., & Dewi, D. K. (2022). Konformitas Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya Setelah Masa Perkuliahan Online. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(5), 196–205.
- Roberts, J. A., & Roberts, C. (2012). Stress, gender and compulsive buying among early adolescents. *Young Consumers*, 13(2), 113–123. <https://doi.org/10.1108/17473611211233440>
- Rohman, J., & Baidun, A. (2019). Pengaruh Citra Diri (Self Image) dan Konformitas Terhadap Perilaku Kompulsif Buying pada Remaja. *TAKIYA: Journal of Psychology*, 1(2). <https://doi.org/10.15408/tazkiya.v1i2.10679>
- Sari, R. K. (2016). Kecenderungan Perilaku Kompulsif Buying Pada Masa Remaja Akhir di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i1.3923>
- Singh, R., & Nayak, J. K. (2015). Life stressors and compulsive buying behaviour among adolescents in India. *South Asian Journal of Global Business Research*, 4(2), 251–274. <https://doi.org/10.1108/sajgbr-08-2014-0054>
- Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2019). The Effect of Fashion Orientation, Money Attitude, Self Esteem, and Conformity on Compulsive Buying: A study on youth customer in Bandung. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 65, 639–642. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.136>
- Wilks, S. E. (2008). Resilience amid Academic Stress: The Moderating Impact of Social Support among Social Work Students. *Advances in Social Work*, 9(2), 106–125. <https://doi.org/10.18060/51>
- Zheng, Y., Yang, X., Liu, Q., Chu, X., Huang, Q., & Zhou, Z. (2020). Perceived stress and online compulsive buying among women: A moderated mediation model. *Computers in Human Behavior*, 103(January 2019), 13–20. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.012>

