

Hubungan antara Kecemasan dan Status Sosial yang Dipersepsikan dengan Kecenderungan Status Sosial yang Dipersepsikan pada Komunitas Gundam Solo

Ulfah Mubarak¹, Bagus Wicaksono², Rahmah Saniatuzzulfa³

^{1,2,3}Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret; Jl. Ir. Sutami No.36 A, Pucangsawit, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126, (0271) 664178
e-mail: ¹ulfahmubarak07@gmail.com, ²baguswiuns@gmail.com, ³rsaniatuzzulfa@gmail.com

Abstract. *Compulsive buying behavior is a behavior in which consumers have a big urge to make repeated purchases in a certain product category. One of the social groups that have a tendency to compulsive buying behavior is the Gundam Solo Community. Compulsive buying behavior is influenced by psychological factors in the form of anxiety and social factors in the form of perceived social status.*

The purpose of this research is to determine the correlation between anxiety and perceived social status with compulsive buying behavior tendency in the Gundam Solo Community. The sample in this study are 73 active members of the Gundam Solo Community. The sampling technique used in this research was purposive sampling technique with the criteria of the subject who periodically make purchases of Gundam device model and joining a community. The instruments used in this research are Compulsive Buying Behavior Scale ($\alpha = 0,880$), Taylor's Manifest Anxiety Scale (TMAS) ($\alpha = 0,910$), and Perceived Social Status Scale ($\alpha = 0,908$). The data was analyzed by using multiple linear regression technique.

The finding shows that there is a significant correlation between anxiety and perceived social status with compulsive buying behavior ($F_{value} = 11,183 > F_{table} = 3,13$; $p = 0,000 < 0,05$; $r = 0,492$). The partial test shows that there is a positive significant correlation between anxiety with compulsive buying behavior ($r = 0,413$; $p = 0,000 < 0,05$) and there is no significant correlation between perceived social status with compulsive buying behavior ($r = 0,044$; $p = 0,435 > 0,05$). The value of determination coefficient in this research is 0,242 which shows both anxiety and perceived social status simultaneously contribute 24,2% towards compulsive buying behavior, consisting of 23,765% from anxiety variable and 0,418% from perceived social status variable.

Keywords: *Anxiety, compulsive buying behavior, perceived social status.*

Abstrak. Perilaku pembelian kompulsif merupakan blablabla Perilaku pembelian kompulsif merupakan perilaku pembelian dimana konsumen memiliki dorongan yang sulit dikontrol untuk melakukan pembelian berulang pada kategori produk tertentu. Salah satu kelompok sosial yang memiliki kecenderungan perilaku pembelian kompulsif adalah Komunitas Gundam Solo. Perilaku pembelian kompulsif dipengaruhi oleh faktor psikologis berupa kecemasan dan faktor sosial berupa status sosial yang dipersepsikan.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui hubungan antara kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan dengan kecenderungan perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo. Sampel penelitian ini adalah 73 anggota aktif Komunitas Gundam Solo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria subjek secara berkala melakukan pembelian model perangkat Gundam, serta berada dalam komunitas. Instrumen yang digunakan yaitu skala perilaku pembelian kompulsif ($\alpha = 0,880$), TMAS (*Taylor's Manifest Anxiety Scale*) ($\alpha = 0,910$), dan skala status sosial yang dipersepsikan ($\alpha = 0,908$). Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif ($F_{hitung}=11,183 > F_{tabel}=3,13$, $p=0,000<0,05$; $r=0,492$). Uji parsial pada penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan signifikan positif antara kecemasan dengan perilaku pembelian kompulsif ($r=0,413$, $p=0,000 < 0,05$) dan tidak terdapat hubungan signifikan antara status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif ($r=0,044$, $p=0,435 > 0,05$). Nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,242$ artinya kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan secara bersama-sama memberi sumbangan 24,2% terhadap perilaku pembelian kompulsif dengan sumbangan 23,765% dari kecemasan dan 0,418% dari status sosial yang dipersepsikan.

Kata Kunci: Kecemasan, perilaku pembelian kompulsif, status sosial yang dipersepsikan.

Pendahuluan

Kegiatan belanja menjadi bermasalah ketika kegiatan tersebut menjadi sebuah perilaku adiktif yang dilakukan secara terus-menerus dengan melakukan pembelian barang-barang yang sesungguhnya tidak begitu diperlukan melebihi kebutuhan pokok dan sumber daya yang dimiliki. Perilaku ini dinamakan pembelian kompulsif. Pembelian kompulsif merupakan bentuk perilaku membeli yang tidak biasa dimana individu memiliki dorongan yang besar dan sulit dikendalikan untuk melakukan pembelian berulang suatu jenis barang tertentu (Workman & Paper, 2010). Harvanko dan kawan-kawan (2013) mendeskripsikan masalah perilaku ini sebagai dorongan membeli yang besar sehingga seseorang sering berbelanja di luar kebutuhan pokoknya dan melebihi kemampuan ekonominya.

Penelitian sebelumnya mengenai perilaku pembelian kompulsif hanya meneliti subjek pada kategori klinis, namun saat ini penelitian perilaku pembelian kompulsif telah dilakukan terhadap konsumen secara umum, terutama pada individu yang memiliki daya beli cukup dan kecenderungan untuk membeli barang dengan intensitas tinggi (Faber & Christenson, 1996). Perilaku pembelian kompulsif tidak hanya terjadi pada orang-orang yang telah terdiagnosa secara klinis sebagai konsumen yang kompulsif, tetapi mungkin dialami oleh konsumen dengan kondisi jiwa yang sehat (Ridgway, Kukar-Kinney, & Monroe, 2008).

Survey yang dilakukan oleh Neuner, Raab, dan Reisch (2005) di Jerman Barat dan Jerman Timur dalam rentang waktu sepuluh tahun diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah perilaku pembelian kompulsif. Survei pertama yang dilakukan tahun 1991 menunjukkan 1% dari masyarakat Jerman Timur dan 5.1% dari populasi Jerman Barat diklasifikasikan sebagai konsumen yang kompulsif, kemudian tahun 2001, Neuner dan kawan-kawan (2005) mengkonfirmasi bahwa perkiraan persentase bertambah menjadi 6.5% pada populasi Jerman Timur dan 8% pada populasi Jerman Barat. Saat ini di Indonesia, belum diketahui secara pasti jumlah konsumen yang melakukan pembelian kompulsif. Walaupun demikian fenomena

pembelian kompulsif di Indonesia tidak bisa dihindari apalagi bila didukung dengan kondisi perekonomian Indonesia yang berkembang pesat. Saat ini diperkirakan 40 juta (20% pada total populasi lebih dari 200 juta) konsumen kelas menengah dan atas yang dapat menikmati belanja, melampaui jumlah konsumen pada tahun-tahun sebelumnya. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat konsumsi Indonesia pada transaksi ritel sebesar 3,4 miliar USD pada tahun 2001, atau 10% lebih tinggi dari tahun 1997 (BPS, 2000). Salah satu kelompok sosial yang memberikan kontribusi pada tingkat konsumsi tersebut adalah komunitas kolektor model perangkat Gundam.

Model perangkat Gundam (Gundam Plastic Models) adalah perangkat model plastik dan non-plastik yang menggambarkan robot mekanik, kendaraan, dan karakter dari seri anime populer Jepang "Mobile Suit Gundam" (Zaputra & Iskandar, 2013). Model perangkat ini menjadi terkenal di kalangan penggemar anime dan pecinta model sejak tahun 1890-an terutama di Jepang dan negara Asia sekitarnya. Popularitas Gundam meningkat pada tahun 1990-an ketika seri Gundam memasuki Amerika Utara dan Eropa melalui televisi, video, dan manga. Komunitas Gundam Indonesia merupakan sebuah komunitas virtual di mana hampir semua orang Indonesia yang mengoleksi model perangkat Gundam berkumpul. Aktivitas komunitas ini adalah berbagi informasi tentang Gundam, berbagi foto koleksi, dan membicarakan tentang apapun terkait Gundam (Zaputra & Iskandar, 2013).

Berdasarkan hasil survei awal dengan 10 subjek anggota Komunitas Gundam Solo pada bulan Desember 2018 diketahui bahwa 9 dari 10 subjek menyisihkan uang kebutuhan pokok untuk membeli model perangkat Gundam, sedangkan 7 dari 10 subjek tersebut masih berstatus sebagai mahasiswa dan belum memiliki penghasilan sendiri. Alasan utama membeli model perangkat Gundam adalah tertarik dengan serial animasi Gundam sehingga ingin memiliki model perangkat Gundam seperti yang ada dalam serial animasi Gundam. Menurut Lubis (dalam Kristanto, 2011) pembelian yang tidak didasari pertimbangan rasional menggambarkan suatu tindakan kompulsif.

Valence, d'Astous, dan Fortier (1988) mengemukakan bahwa kecemasan memiliki hubungan yang erat dengan perilaku pembelian kompulsif. Penelitian Davenport, Houston, dan Griffiths (2012) menemukan bahwa kecemasan, sensitivitas hadiah, bersamaan dengan impulsivitas secara signifikan memprediksi adanya perilaku pembelian kompulsif. Kecemasan menjadi fokus masalah perilaku yang berulang ini sebab tambahan kecemasan akan dirasakan apabila tidak dapat melakukan pembelian yang diinginkan. Para peneliti sebelumnya juga menemukan bahwa konsumen dengan perilaku pembelian kompulsif memiliki tingkat

kecemasan yang lebih tinggi daripada konsumen biasa pada umumnya (Dittmar, 2005; McElroy dkk., 1994; Workman & Paper, 2010).

Berdasarkan penelitian Kristanto (2011) dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif terhadap orientasi fashion pada remaja. Meningkatnya status sosial yang dipersepsikan di kalangan teman sepergaulan membuat terus melakukan pembelian kompulsif terhadap barang atau pakaian yang digunakan. Sama halnya dengan pakaian sebagai barang fashion yang bisa dikenakan dengan tujuan untuk menunjang status sosial, model perangkat yang termasuk sebagai salah satu benda yang sering dipajang untuk dipertontonkan juga dapat menunjang status sosial seorang pengoleksi model perangkat Gundam. Hal ini juga sesuai dengan hasil wawancara awal dengan 10 orang anggota Komunitas Gundam Solo bahwa semuanya bergabung dalam Komunitas Gundam untuk bisa menunjukkan koleksi model perangkat Gundam yang dimiliki.

Banyak penelitian sebelumnya yang berfokus pada subjek perempuan yang seringkali berbelanja barang-barang fashion seperti pakaian dan aksesoris, sedangkan masih sedikit penelitian yang memperhatikan subjek laki-laki (Otero-López & Villardefrancos, 2013; Risamana & Suminar, 2017; Sari, 2016; Soliha, 2012). Fenomena perilaku pembelian kompulsif model perangkat Gundam pada para anggota Komunitas Gundam Solo merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti sebab mayoritas anggotanya adalah laki-laki. Sama halnya dengan perempuan, laki-laki juga mengalami stress dan membutuhkan pelampiasan untuk mengurangi stress yang dirasakan.

Berdasarkan uraian latar belakang pemikiran, data, teori, dan penelitian-penelitian terdahulu, peneliti tertarik meneliti hubungan kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan dengan kecenderungan perilaku pembelian kompulsif pada para kolektor model perangkat Gundam yang berada dalam sebuah Komunitas Gundam Solo. Peneliti ingin melaksanakan penelitian yang berjudul "Hubungan antara Kecemasan dan Status Sosial yang Dipersepsikan dengan Kecenderungan Perilaku Pembelian Kompulsif pada Komunitas Gundam Solo" dengan hipotesis:

1. Terdapat hubungan antara kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan dengan kecenderungan perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo.
2. Terdapat hubungan antara kecemasan dengan kecenderungan perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo.
3. Terdapat hubungan antara status sosial yang dipersepsikan dengan kecenderungan perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo.

Metode Penelitian

Jumlah sampel yang digunakan untuk subjek penelitian adalah 73 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Anggota aktif Komunitas Gundam Solo
2. Pernah melakukan pembelian model perangkat Gundam

Penelitian ini menggunakan tiga skala sebagai alat ukur untuk mengumpulkan data penelitian, yaitu skala perilaku pembelian kompulsif, skala kecemasan, dan skala status sosial yang dipersepsikan. Skala yang digunakan untuk mengukur perilaku pembelian kompulsif dalam penelitian ini adalah adaptasi skala perilaku pembelian kompulsif yang disusun oleh Edwards (1993) dengan menerjemahkannya dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia oleh UPTP2B Universitas Sebelas Maret Surakarta. Skala ini terdiri dari 9 aitem favorable (F) dan 4 aitem unfavorable (UF). Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat 10 aitem yang dinyatakan valid dan 3 aitem yang dinyatakan gugur.

Hasil analisis aitem untuk skala perilaku pembelian kompulsif setelah menggugurkan aitem yang tidak valid menunjukkan koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha senilai 0,880 dengan rentang indeks daya diskriminasi aitem yang bergerak antara 0,288 hingga 0,684. Distribusi aitem skala perilaku pembelian kompulsif dipaparkan dengan Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Aitem Skala Perilaku Pembelian Kompulsif Valid dan Gugur

Aspek	No. Aitem				Jumlah		
	F		UF		V	G	
	V	G	V	G			
1	Kecenderungan menghabiskan uang	1	-	-	-	1	-
2	Dorongan untuk menghabiskan uang	-	-	2	3	1	1
3	Perasaan (sukacita) dalam hal berbelanja dan menghabiskan uang	4, 5, 6, 7, 12	-	-	9	5	1
4	Menghabiskan uang secara disfungsi	8, 10	-	-	-	2	-
5	Perasaan bersalah pasca berbelanja	-	11	13	-	1	1
Jumlah					10	3	

Skala yang digunakan untuk mengukur kecemasan dalam penelitian ini adalah modifikasi TMAS (Taylor's Manifest Anxiety Scale) yang disusun oleh Taylor (1953). Skala ini terdiri dari 36 aitem favorable (F) dan 14 aitem unfavorable (UF). Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat 32 aitem yang dinyatakan valid dan 18 aitem yang dinyatakan gugur.

Hasil analisis aitem untuk skala kecemasan setelah menggugurkan aitem yang tidak valid menunjukkan koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha senilai 0,910 dengan rentang indeks daya

diskriminasi aitem yang bergerak antara 0,267 hingga 0,673. Distribusi aitem skala kecemasan dipaparkan dengan Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Aitem Skala Kecemasan Valid dan Gugur

No	Aspek	No. Aitem				Jumlah	
		F		UF		V	G
		V	G	V	G		
1	Fisiologis	2, 8, 13, 17, 21, 22, 30	10, 16, 19, 23, 35	12, 18	1, 4, 9, 15, 20	9	10
2	Psikologis	5, 6, 7, 11, 14, 24, 27, 28, 31, 34, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 47, 48, 49	26, 33	38	3, 25, 29, 32, 44, 50	23	8
Jumlah						32	18

Skala yang digunakan untuk mengukur status sosial yang dipersepsikan dalam penelitian ini adalah skala yang disusun oleh peneliti dengan mengacu kepada aspek-aspek status sosial yang dipersepsikan yang dirumuskan oleh Monge-Lopez dan Alvarez-Solas (2017). Skala ini terdiri dari 18 aitem favorable (F) dan 7 aitem unfavorable (UF). Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat 22 aitem yang dinyatakan valid dan 3 aitem yang dinyatakan gugur.

Hasil analisis aitem untuk skala status sosial yang dipersepsikan setelah menggugurkan aitem yang tidak valid menunjukkan koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha senilai 0,908 dengan rentang indeks daya diskriminasi aitem yang bergerak antara 0,411 hingga 0,720. Distribusi aitem skala status sosial yang dipersepsikan dipaparkan dengan Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Aitem Skala Status Sosial yang Dipersepsikan Valid dan Gugur

No	Aspek	Indikator	No. Aitem				Jumlah	
			F		UF		V	G
			V	G	V	G		
1	Prestise	Penghormatan sukarela	1	-	18	-	2	-
		Berdasarkan pengetahuan/kemampuan	2, 3, 4, 5, 6	-	19, 20	-	6	-
		Untuk ditiru/dipelajari	7, 8, 9, 10, 12, 13	-	11	-	7	-
2	Dominasi	Penghormatan dengan memaksa	14	-	-	21	1	1
		Berdasarkan rasa takut (ancaman)	15, 16	-	-	22	2	1
		Untuk melindungi sumber daya	17, 24, 25	-	-	23	3	1
Jumlah						22	3	

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linear berganda, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih. Hasil analisis korelasi ganda pada regresi berganda akan menunjukkan hubungan antara kedua variabel bebas dengan variabel terikat, kekuatan korelasi antar variabel, arah dan sifat dalam hubungan tersebut, serta signifikansi hubungan yang dimiliki. Variabel bebas secara bersama-sama berhubungan dengan variabel terikat apabila nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi 5% (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat, dengan kata lain hubungan yang terjadi dapat digeneralisasikan pada populasi (Santoso, 2014). Data hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan diolah dan diuji dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 19.0 for Windows.

Hasil

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian berdasarkan data yang telah didapatkan dari kelompok subjek yang telah diteliti sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian dari variabel yang tengah diteliti. Hasil analisis deskriptif yang telah didapat dijelaskan pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Perilaku Pembelian Kompulsif	73	10	40	18.86	6.556
Kecemasan	73	33	64	47.41	7.776
Status Sosial yang Dipersepsikan	73	27	86	47.40	12.234

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilakukan kategorisasi subjek penelitian secara normatif untuk menginterpretasi skor yang didapat pada skala perilaku pembelian kompulsif, skala kecemasan, dan skala status sosial yang dipersepsikan. Pengkategorian subjek pada penelitian ini menggunakan kategorisasi jenjang yang digolongkan dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategorisasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Kategorisasi

Variabel	Kategorisasi		Komposisi	
	Kategori	Skor	Jumlah	Persentase
Perilaku Pembelian Kompulsif	Rendah	$X < 12.30$	10	13.7%
	Sedang	$12.30 \leq X < 25.42$	57	78.1%
	Tinggi	$25.42 \leq X$	6	8.2%
Kecemasan	Rendah	$X < 39.63$	13	17.8%
	Sedang	$39.63 \leq X < 55.19$	49	67.1%
	Tinggi	$55.19 \leq X$	11	15.1%
Status Sosial yang Dipersepsikan	Rendah	$X < 35.17$	13	17.8%
	Sedang	$35.17 \leq X < 59.63$	50	68.5%
	Tinggi	$59.63 \leq X$	10	13.7%

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa secara umum subjek memiliki tingkat perilaku pembelian kompulsif yang sedang (78,1%), tingkat kecemasan yang sedang (67,1%), dan tingkat status sosial yang dipersepsikan yang sedang (68,5%).

2. Uji Asumsi Dasar

Sebelum dilakukan uji hipotesis, data diuji normalitas dan linieritas terlebih dahulu. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data populasi penelitian terdistribusi normal atau tidak melalui nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini dijelaskan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

	Perilaku Pembelian Kompulsif	Kecemasan	Status Sosial yang Dipersepsikan
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,320	0,287	0,951

Tabel 6 menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada skala perilaku pembelian kompulsif sebesar 0,320 ($p > 0,050$), nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada skala kecemasan sebesar 0,287 ($p > 0,05$), dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada skala status sosial yang dipersepsikan sebesar 0,951 ($p > 0,05$). Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada ketiga skala tersebut lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada ketiga skala tersebut terdistribusi secara normal.

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan linear yang signifikan antara tiga variabel, yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Hasil perhitungan uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas

	F_{tabel}	F_{hitung}	Sig.
Kecemasan	3,13	1,127	0,000
Status Sosial yang Dipersepsikan	3,13	0,781	0,686

Hasil uji linearitas pada Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel kecemasan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai F_{hitung} sebesar 1,127 ($F_{tabel} > F_{hitung}$). Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa variabel kecemasan dengan variabel perilaku

pembelian kompulsif memiliki hubungan yang linear. Tabel 7 juga menunjukkan bahwa variabel status sosial yang dipersepsikan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,686 ($p > 0,05$) dan nilai F_{hitung} sebesar 0,781 ($F_{tabel} > F_{hitung}$). Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa variabel status sosial yang dipersepsikan dengan variabel perilaku pembelian kompulsif memiliki hubungan yang linear.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda guna mengetahui hubungan linear antara dua atau lebih variabel bebas dan variabel terikat (Santoso, 2014). Teknik analisis regresi linear berganda terdiri dari uji simultan F dan uji korelasi parsial.

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kedua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji simultan F pada penelitian ini disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan F

F_{tabel}	F_{hitung}	Sig.
3,13	11,183	0,000

Hasil uji simultan F pada Tabel 8 diketahui bahwa nilai signifikansi pada penelitian ini sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05. Selain itu dari hasil uji simultan di atas diketahui pula nilai F_{hitung} sebesar 11,183 sementara nilai F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 sebesar 3,13. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo.

Analisis berikutnya yaitu analisis nilai koefisien korelasi ganda (R) menggunakan *Model Summary* yang digunakan untuk melihat besaran hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Hubungan variabel bebas dapat dikatakan semakin erat dengan variabel tergantung apabila nilai R berada pada rentang angka antara 0 sampai 1, namun jika nilai R mendekati 0 maka hubungan antara variabel bebas dan tergantung akan semakin lemah (Santoso, 2014). Hasil *Model Summary* disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. *Model Summary*

R	R Square
0,492	0,242

Penelitian ini memiliki nilai R sebesar 0,492 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo tergolong cukup kuat. Selain nilai R, pada Tabel 9 juga dapat diketahui nilai *R Square* atau koefisien determinasi yang

menunjukkan angka 0,242. Berdasarkan nilai *R Square* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan secara bersama-sama memberikan sumbangan pengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo sebesar 24,2%, sementara sisanya sebesar 75,8% merupakan sumbangan dari pengaruh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan peneliti.

Uji korelasi parsial digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dengan melihat bagaimana model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Santoso, 2014). Rentang nilai koefisien korelasi berkisar antara -1 sampai 1. Korelasi antara dua variabel dinyatakan semakin kuat jika nilai koefisien mendekati angka 1, sedangkan jika nilai koefisien mendekati angka 0 maka hubungan antara dua variabel semakin rendah. Hasil uji korelasi antara variabel bebas dan terikat yang disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Korelasi Parsial

	B	Sig.	Partial
(Constant)	-2,820		
Kecemasan	0,413	0,000	0,490
Status Sosial yang Dipersepsikan	0,044	0,435	0,093

Tabel 10 menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kecemasan sebesar 0,490 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kecemasan memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku pembelian kompulsif anggota Komunitas Gundam Solo, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Tabel 10 menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel status sosial yang dipersepsikan sebesar 0,093 dan nilai signifikansinya sebesar 0,435 ($p > 0,05$). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel status sosial yang dipersepsikan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini tidak diterima.

Selain itu, melalui hasil koefisien konstanta dan koefisien variabel pada analisis yang ditunjukkan pada Tabel 10, peneliti juga merumuskan model persamaan garis regresi. Berdasarkan Tabel 10, nilai koefisien konstanta (a) sebesar -2,280, nilai koefisien variabel kecemasan (b_1) sebesar 0,413 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai koefisien variabel status sosial yang dipersepsikan (b_2) sebesar 0,044 dengan signifikansi 0,435 ($p > 0,05$). Berikut adalah persamaan garis yang menerangkan hasil penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\begin{aligned} \text{Perilaku Pembelian Kompulsif} &= -2,820 + 0,413 \text{ Kecemasan} \\ &+ 0,044 \text{ Status Sosial yang Dipersepsikan} \end{aligned}$$

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa apabila variabel kecemasan mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel perilaku pembelian kompulsif akan mengalami kenaikan sebesar 0,413. Selain itu, apabila variabel status sosial yang dipersepsikan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel perilaku pembelian kompulsif akan mengalami kenaikan sebesar 0,044. Nilai positif yang terdapat pada koefisien persamaan regresi variabel bebas menggambarkan bahwa arah hubungan antara kedua variabel bebas dengan variabel terikat adalah searah. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo.

4. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

Sumbangan efektif (SE) dan sumbangan relatif (SR) bertujuan untuk memberikan informasi mengenai besarnya kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Sumbangan efektif menunjukkan besarnya sumbangan variabel terikat terhadap efektivitas garis regresi sebagai dasar prediksi, sementara sumbangan relatif menunjukkan besarnya sumbangan dari masing-masing variabel bebas terhadap jumlah kuadrat regresi.

a. Sumbangan efektif (SE) variabel kecemasan dengan perilaku pembelian kompulsif

$$SE(X)\% = \text{Beta}_1 \times \text{zero order}_1 \times 100\%$$

$$SE_1 = 0,490 \times 0,485 \times 100\%$$

$$SE_1 = 23,765\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa sumbangan efektif variabel kecemasan dengan perilaku pembelian kompulsif adalah sebesar 23,765%.

b. Sumbangan efektif (SE) variabel status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif

$$SE(X)\% = \text{Beta}_2 \times \text{zero order}_2 \times 100\%$$

$$SE_2 = 0,082 \times 0,051 \times 100\%$$

$$SE_2 = 0,418\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa sumbangan efektif variabel status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif adalah sebesar 0,418%.

c. Sumbangan relatif (SR) variabel kecemasan dengan variabel perilaku pembelian kompulsif

$$SR(X1)\% = \frac{SE(X1)\%}{R \text{ Square}} = \frac{23.765\%}{0.242} = 98.202\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa sumbangan relatif variabel kecemasan dengan perilaku pembelian kompulsif adalah sebesar 98,202%.

- d. Sumbangan relatif (SR) variabel status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif

$$SR(X2)\% = \frac{SE(X2)\%}{R\ Square} = \frac{0.418\%}{0.242} = 0.101\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa sumbangan relatif variabel status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif adalah sebesar 0,101%.

Diskusi

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo. Hal tersebut terlihat pada nilai F_{hitung} sebesar 11,183 dan nilai F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05% sebesar 3,13 sehingga dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan secara bersama-sama memiliki hubungan signifikan dengan perilaku pembelian kompulsif. Berdasarkan hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa nilai koefisien ganda (R) sebesar 0,492 sehingga dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif masuk dalam kategori hubungan yang cukup kuat.

Berbagai kondisi psikologis individu berpengaruh penting terhadap perilaku individu termasuk perilaku pembelian kompulsif. Penelitian yang dilakukan oleh Roberts dan Pirog (2004) menunjukkan bahwa kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan secara bersama-sama mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif pada mahasiswa di Amerika Serikat. Hal ini diperkuat pernyataan Otero-Lopez dan Villardefrancos (2014) dalam penelitiannya bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kecemasan dengan perilaku pembelian kompulsif. Semakin tinggi kecemasan individu, maka akan semakin tinggi pula individu tersebut akan melakukan perilaku pembelian kompulsif. Perilaku pembelian kompulsif juga dipengaruhi oleh status sosial yang dipersepsikan. Penelitian yang dilakukan oleh Zhaoyang dan Yuanfeng (2011) menunjukkan bahwa status sosial yang dipersepsikan memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif pada para remaja di Cina. Maka dapat disimpulkan semakin tinggi status sosial yang dipersepsikan individu, maka semakin tinggi pula perilaku pembelian kompulsif yang dilakukan.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,242. Berdasarkan data tersebut maka dapat dikatakan bahwa

kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan secara bersama-sama memberikan sumbangan pengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif sebesar 24,2%. Sisa presentase sebesar 75,8% merupakan sumbangan dari pengaruh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Presentase sumbangan pengaruh tersebut diperoleh dari total sumbangan efektif variabel kecemasan sebesar 23,765% dan status sosial yang dipersepsikan sebesar 0,418%. Sedangkan sumbangan relatif yang diberikan oleh variabel kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan masing-masing sebesar 99,202% dan 0,101%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kecemasan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo.

Hasil uji korelasi parsial antara kecemasan dengan perilaku pembelian kompulsif menunjukkan nilai sebesar 0,490 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Diketahui pula nilai β_1 sebesar 0,413, $p = 0,000 < 0,05$ yang artinya kecemasan berkontribusi signifikan positif dengan perilaku pembelian kompulsif. Jika variabel kecemasan mengalami peningkatan 1 satuan maka variabel perilaku pembelian kompulsif akan mengalami kenaikan sebesar 0,413 satuan. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel kecemasan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Davenport dan kawan-kawan (2012) yang menyatakan bahwa kecemasan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Kecemasan secara signifikan dapat memprediksi adanya perilaku pembelian kompulsif. Individu yang merasakan kecemasan akan melakukan perilaku pembelian kompulsif karena sadar bahwa kecemasan yang dirasakan akan berkurang dengan melakukan pembelian kompulsif (Faber & O'Guinn, 1989; McElroy dkk., 1994).

Hasil uji korelasi parsial antara status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif menunjukkan nilai sebesar 0,093 dengan nilai signifikansi sebesar 0,435 ($p > 0,05$). Diketahui pula nilai β_1 sebesar 0,044, $p = 0,412 > 0,05$ yang artinya status sosial yang dipersepsikan berkontribusi tidak signifikan positif dengan perilaku pembelian kompulsif. Jika variabel status sosial yang dipersepsikan mengalami peningkatan 1 satuan maka variabel perilaku pembelian kompulsif akan mengalami peningkatan sebesar 0,044. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini tidak diterima. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel status sosial yang dipersepsikan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku pembelian kompulsif pada Komunitas Gundam Solo.

Penelitian yang dilakukan oleh Kristanto (2011) yang menyatakan bahwa status sosial yang dipersepsikan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif pada remaja konsumen produk telepon selular di Surabaya. Menurut Workman dan Paper (2010), status sosial yang dipersepsikan tidak hanya menjadi satu-satunya faktor eksternal yang mempengaruhi individu dalam membeli, namun juga dipengaruhi oleh materialisme yang diperkuat oleh paparan iklan melalui media elektronik yang mendorong konsumen untuk menghabiskan uang melebihi kebutuhan.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian tersebut, maka dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antara status sosial yang dipersepsikan pada para anggota Komunitas Gundam Solo dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Yurchisin dan Johnson (2004) dengan subjek penelitian mahasiswa yang memiliki keterlibatan dengan produk pakaian. Wawancara yang dilakukan oleh 800 wanita di Prancis (Kapferer & Laurent, 1986) menunjukkan bahwa konsumen perempuan memiliki keterlibatan yang tinggi terhadap produk pakaian. Individu membeli produk pakaian sebagai simbol untuk mendemonstrasikan status sosial yang dipersepsikan (Yurchisin & K. P. Johnson, 2004). Model perangkat Gundam yang dibeli oleh para anggota Komunitas Gundam Solo sebagai bentuk usaha dalam mendapatkan penghormatan memiliki nilai signifikansi yang rendah terhadap perilaku pembelian kompulsif apabila dibandingkan dengan produk pakaian dalam penelitian Yurchisin dan Johnson (2004).

Hasil kategorisasi data deskriptif mengenai perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo menunjukkan bahwa 13,7% subjek memiliki tingkat perilaku pembelian kompulsif rendah, 78,1% subjek memiliki tingkat perilaku pembelian kompulsif sedang, dan 8,2% subjek memiliki tingkat perilaku pembelian kompulsif tinggi. Berdasarkan sebaran data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum subjek dalam penelitian ini, yaitu anggota Komunitas Gundam Solo memiliki tingkat perilaku pembelian kompulsif yang tergolong sedang.

Berdasarkan data penelitian yang didapatkan, dapat dilihat bahwa responden melakukan cukup banyak pembelian Gundam dalam setahun, yaitu rata-rata sekitar sepuluh kali. Berdasarkan jumlah yang dikeluarkan setiap pembelian maka didapatkan bahwa responden melakukan pembelian model perangkat Gundam dengan kisaran tiga ratus ribu hingga delapan ratus ribu. Maka hal tersebut dapat menjadi penyebab perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo tergolong sedang.

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian maka dapat disimpulkan bahwa secara umum penelitian ini telah menjawab hipotesis penelitian yaitu terdapat hubungan yang positif signifikan antara kecemasan dan status sosial yang dipersepsikan secara bersama-sama dengan

perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif signifikan antara kecemasan dengan perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo, serta tidak ada hubungan yang signifikan antara status sosial yang dipersepsikan dengan perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo. Penelitian ini juga menyebutkan bahwa tingkat perilaku pembelian kompulsif pada anggota Komunitas Gundam Solo termasuk dalam kategori sedang.

Implikasi

Penelitian ini memiliki beberapa kelebihan yang membedakannya dengan penelitian terkait perilaku pembelian kompulsif terdahulu. Salah satunya, penelitian ini memperhatikan subjek dengan gender laki-laki, sedangkan mayoritas penelitian terdahulu memperhatikan subjek perempuan laki (Otero-López & Villardefrancos, 2013; Risamana & Suminar, 2017; Sari, 2016; Soliha, 2012). Selain itu, barang yang digunakan menjadi objek pembelian kompulsif pada penelitian ini berupa produk mainan yang termasuk ke dalam kebutuhan tersier, sedangkan mayoritas penelitian terdahulu menggunakan produk pakaian yang termasuk ke dalam kebutuhan sekunder. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan masukan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti berbagai faktor perilaku pembelian kompulsif lainnya dan memperluas penelitian terhadap populasi sehingga hasil penelitian diharapkan lebih komprehensif. Faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini yaitu faktor eksternal seperti budaya, pengaruh keluarga, dan situasi dapat menjadi variabel lain yang dapat diteliti selanjutnya. Selain itu peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi dan sumber rujukan pustaka bagi penelitian dengan variabel serupa pada penelitian berikutnya.

Daftar Pustaka

- BPS. (2000). *Laporan Data Badan Pusat Statistik*. Balai Pusat Studi.
- Davenport, K., Houston, J. E., & Griffiths, M. D. (2012). Excessive Eating and Compulsive Buying Behaviours in Women: An Empirical Pilot Study Examining Reward Sensitivity, Anxiety, Impulsivity, Self-Esteem and Social Desirability. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10(4), 474–489. <https://doi.org/10.1007/s11469-011-9332-7>
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying - a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, 96(4), 467–491. <https://doi.org/10.1348/000712605X53533>
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial Counseling and Planning*, 67–84.
- Faber, R. J., & Christenson, G. A. (1996). In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. *Psychology and Marketing*, 13(8), 803–819. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199612\)13:8<803::AID-MAR6>3.0.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199612)13:8<803::AID-MAR6>3.0.CO;2-J)
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1989). Classifying Compulsive Consumers: Advances in the Development of a Diagnostic Tool. *Advances in Consumer Research*, 16, 738–744.

- Harvanko, A., Lust, K., Odlaug, B. L., Schreiber, L. R. N., Derbyshire, K., Christenson, G., & Grant, J. E. (2013). Prevalence and characteristics of compulsive buying in college students. *Psychiatry Research, 210*(3), 1079–1085. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2013.08.048>
- Kapferer, J. N., & Laurent, G. (1986). Consumer involvement profiles: A new practical approach to consumer involvement. *Journal of Advertising Research, 25*(6), 48–56.
- Kristanto, D. (2011). Pengaruh Orientasi Fashion, Money Attitude, dan Self-Esteem terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada Remaja (Studi pada Konsumen Produk Telepon Seluler di Surabaya). *researchgate.net*. <https://www.researchgate.net/publication/272305991>
- McElroy, S. L., Keck, P. E., Pope, H. G., Smith, J. M., & Strakowsky, S. M. (1994). Compulsive buying: A report of 20 cases. *The Journal of clinical psychiatry, 55*(6), 242–248.
- Monge-López, D., & Álvarez-Solas, S. (2017). Self-perceived social status: Its relation to aggression and personality traits in two Spanish speaking samples. *Actualidades en Psicología, 31*(123), 1. <https://doi.org/10.15517/ap.v31i123.26441>
- Neuner, M., Raab, G., & Reisch, L. A. (2005). Compulsive Buying in Maturing Consumer Societies: An Empirical Re-Inquiry. *Journal of Economic Psychology, 26*, 509–522.
- Otero-López, J. M., & Villardefrancos, E. (2013). Materialism and Addictive Buying in Women: The Mediating Role of Anxiety and Depression. *Psychological Reports, 113*(1), 328–344. <https://doi.org/10.2466/18.02.PR0.113x11z9>
- Otero-López, J. M., & Villardefrancos, E. (2014). Prevalence, sociodemographic factors, psychological distress, and coping strategies related to compulsive buying: A cross sectional study in Galicia, Spain. *BMC Psychiatry, 14*(1). <https://doi.org/10.1186/1471-244X-14-101>
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An Expanded Conceptualization and a New Measure of Compulsive Buying. *Journal of Consumer Research, 35*(4), 622–639. <https://doi.org/10.1086/591108>
- Risamana, W., & Suminar, D. R. (2017). Hubungan Antara Persepsi terhadap Pengasuhan Orang Tua dengan Kecenderungan Compulsive Buying pada Wanita Dewasa Awal di Surabaya. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan, 6*(2), 13–23.
- Roberts, J. A., & Pirog, S. F. (2004). Personal Goals and Their Role in Consumer Behavior: The Case of Compulsive Buying. *Journal of Marketing Theory and Practice, 12*(3), 61–73. <https://doi.org/10.1080/10696679.2004.11658525>
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivariat, Edisi Revisi, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Sari, R. K. (2016). Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying (Pembelian Kompulsif) pada Masa Remaja Akhir di Samarinda. *eJournal Psikologi, 4*(4), 361–372.
- Soliha, E. (2012). Pengaruh Intrinsic Goals pada Compulsive Buying (Studi pada Mahasiswi di Semarang). *Majalah Ekonomi, 22*(2), 173–180.
- Taylor, J. A. (1953). A Personality Scale of Manifest Anxiety. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 48*(2), 285–291.
- Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of Consumer Policy, 11*(4), 419–433. <https://doi.org/10.1007/BF00411854>
- Workman, L., & Paper, D. (2010). Compulsive Buying: A Theoretical Framework. *The Journal of Business Inquiry, 9*(1), 89–126.
- Yurchisin, J., & K. P. Johnson, K. (2004). Compulsive Buying Behavior and Its Relationship to Perceived Social Status Associated with Buying, Materialism, Self-Esteem, and Apparel-Product Involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal, 32*. <https://doi.org/10.1177/1077727X03261178>
- Zaputra, Z. I., & Iskandar, B. P. (2013). Identifying Indonesian Consumer Buying Behavior to Design Gundam Model Kitas Marketing Strategy. *Journal of Business and Management, 2*(1), 50–55.
- Zhaoyang, G., & Yuanfeng, C. (2011). Exploring the antecedents of compulsive buying tendency among adolescents in China and Thailand: A consumer socialization perspective. *African*

Journal of Business Management, 5(24), 10198–10209.
<https://doi.org/10.5897/AJBM11.1808>