

ANTARA KECEMASAN DAN MINIMALISME: MEMPREDIKSI PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA SHOPAHOLIC DEWASA AWAL

Almaas Rif'ati¹ , Fildzah Malahati²

^{1,2}Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Email: almaaskuuu@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received :07-02-2025

Revised :25-02-2025

Accepted :04-03-2025

Keywords: Anxiety, Minimalist Life Attitude, Consumptive Behavior, Early Adult Shopaholic Women.

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

This research is motivated by the problems that occur in early adult women who experience social pressure due to the change from adolescence to adulthood. Where social life requires individuals to have independence both economically and financially which is based on changes in a new, more modern lifestyle. The inability of individuals to meet these social demands often causes anxiety, and stress which triggers consumptive behavior. Uncontrollable consumptive behavior will be attached to the individual and is known as shopaholic. This study aims to examine the impact of anxiety and minimalist living attitudes on consumptive behavior in early adult shopaholic women. The quantitative method was chosen to determine the relationship between the three variables. The results of the study showed that there was a very significant relationship between anxiety and minimalist living attitude to consumptive behavior in early adult shopaholic women. This research contributes new findings to science in the field of psychology and social

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang terjadi pada wanita dewasa awal yang mengalami tekanan sosial akibat perubahan dari masa remaja menuju dewasa. Dimana kehidupan sosial menuntut individu untuk memiliki kemandirian baik dari segi ekonomi ataupun finansial yang didasarkan pada perubahan pola hidup baru yang lebih modern. Ketidakmampuan individu dalam memenuhi tuntutan sosial tersebut seringkali menimbulkan rasa cemas, dan stress yang menjadi pemicu

terjadinya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang tidak terkendali akan melekat pada diri individu dan dikenal dengan istilah *shopaholic*. Penelitian ini bertujuan mengkaji dampak kecemasan dan sikap hidup minimalis terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Metode kuantitatif dipilih untuk mengetahui hubungan antara ketiga variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kecemasan dan sikap hidup minimalis terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Penelitian ini menyumbang temuan baru bagi keilmuan dalam bidang psikologi dan sosial.

PENDAHULUAN

Kehidupan modern memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap pola perilaku manusia sehingga memberikan dampak yang positif sekaligus negatif. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak pernah terlepas dari angan-angan dan harapan yang ingin dicapai berdasarkan apa yang mereka lihat dari lingkungan sekitar. Terlebih dengan hadirnya media sosial yang tak jarang turut menekan individu untuk menjadi manusia yang "seharusnya". Fenomena seperti ini sangat rentan terjadi pada usia dewasa awal dimana mereka dituntut untuk mulai memiliki kemandirian, memenuhi standar sosial, dan beradaptasi dengan pola kehidupan baru. Ketidakmampuan individu untuk menerapkan pola hidup baru yang lebih modern hanya akan menimbulkan rasa cemas, dan stress. Individu akan melakukan segala cara untuk mengatasi kondisi afektifnya, salah satunya dengan melakukan pembelanjaan. Belanja sangat erat kaitannya dengan perilaku konsumtif. ketika perilaku konsumtif terlanjur melekat pada diri individu akan timbul perilaku gila belanja yang sering terjadi pada wanita atau biasa disebut dengan istilah *shopaholic*.

Istilah *shopaholic* muncul sebagai akibat dari adanya perilaku konsumtif. *Shopaholic* berasal dari kata *shop* yang artinya belanja dan *aholic* yang berarti suatu ketergantungan yang disadari ataupun tidak. *Shopaholic* adalah seseorang yang memiliki pola belanja berlebihan yang dilakukan secara terus-menerus sehingga cenderung menghabiskan begitu banyak cara, waktu, dan uang hanya untuk membeli atau mendapatkan barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan (Arbaini & Yonyanis, 2017). Individu dengan perilaku *shopaholic* kurang memiliki kemampuan dalam mengontrol besarnya emosi yang muncul ketika melakukan pembelian. Hal ini terjadi karena kebiasaannya terhadap pembelian tidak terencana. *Shopaholic* bukanlah gangguan psikologis yang diakui secara resmi, namun perilaku ini dapat menyebabkan tekanan yang nyata terhadap fungsi pribadi, finansial, dan sosial (Black, Shaw, McCormick, Bayless, & Allen, dalam Gallagher, Watt, Weaver, & Murphy, 2016). Dominasi emosi pada *shopaholic* dalam melakukan pembelian menyebabkan seseorang hilang kendali dalam berbelanja sehingga tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk melakukan *compulsive buying* sekaligus *impulsive buying*. Mereka sering membeli barang yang bukan kebutuhannya kemudian tidak digunakan sama sekali. Mereka juga sering melakukan pembelian tidak

terencana, dan parahnya ada beberapa barang yang terbeli bahkan tidak pernah dibuka dari bungkusnya sama sekali. Artinya barang tersebut kehilangan makna dan arti setelah di beli (Wahyudi, Suryanto, & Pratitis, 2021).

Studi pendahuluan dilakukan melalui metode wawancara pada 2 November 2023 kepada wanita dewasa awal yang memiliki indikasi *shopaholic* sehingga diperoleh hasil sebagai berikut: pertama, subjek A mengaku melakukan pembelian setiap saat sesuai dengan kondisi suasana hati baik senang ataupun cemas dan melakukan pembelian atas dasar keinginan bukan kebutuhan. Saat kondisi suasana hati tidak memungkinkan maka ia melakukan *coping* dengan melihat-lihat barang di *platform* belanja online dan melakukan pembelian. Belanja membuatnya senang dan gembira. Kedua, subjek B melakukan pembelian atas dasar keinginan yang kuat untuk memiliki suatu barang dan terdapat penyesalan pasca pembelian. Apabila barang tidak sesuai dengan yang diinginkan subjek B cenderung tidak ingin memakainya dengan melakukan penjualan ulang ataupun mengembalikan produk pada pemilik toko. Pengembalian produk tidaklah mudah dan terkadang terkendala pada pemilik toko yang menolak adanya pengembalian diluar perjanjian, sehingga hal ini menjadi pemicu timbulnya frustrasi dan cemas pada subjek B. Subjek B merasa bersalah telah membuang uangnya untuk membeli barang yang tidak terpakai olehnya. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa terjadinya perilaku konsumtif atau pembelian berlebih pada wanita *shopaholic* seringkali didasari hasrat atau keinginan yang kuat terhadap kepemilikan suatu produk. Artinya mereka tidak mendasarkan kepemilikannya pada kebutuhan. Selanjutnya, rasa bersalah dialami ketika barang yang di beli tidak sesuai dengan deskripsi produk ataupun ekspektasi yang dibayangkan oleh wanita *shopaholic* terkait produk yang dibeli, sehingga rasa bersalah pasca pembelian memicu timbulnya rasa cemas dan stres.

Berdasarkan fenomena di atas kondisi afektif pada diri individu sangat berperan besar dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Dorongan emosional yang secara langsung menimbulkan perasaan senang dan gembira setelah melakukan pembelian tidak terencana akan mengundang terjadinya perilaku yang sama berdasarkan keinginan hati yang sifatnya kompulsif, dan tidak terkontrol, sehingga menimbulkan rasa kecewa dan penyesalan karena telah membelanjakan uang hanya untuk memenuhi keinginan. Salah satu hal yang mendorong timbulnya rasa emosional untuk menumbuhkan perasaan senang dan gembira pasca berbelanja adalah kecemasan.

Kecemasan merupakan sebuah keadaan dimana individu mengalami perasaan yang menyakitkan serta tidak menyenangkan yang timbul akibat dari reaksi ketegangan dalam tubuh (Hayat, 2017). Perasaan cemas yang dialami individu dalam kegiatan berbelanja dapat menjadi penyebab sekaligus akibat dari timbulnya perilaku konsumtif. Faktor lingkungan toko berperan cukup besar dalam menimbulkan dorongan kuat pada diri individu untuk membeli barang yang tidak direncanakan sebelumnya. Individu yang sering mengalami kecemasan dalam berbelanja cenderung mengambil keputusan secara terburu-buru yang dapat menyebabkan resiko tinggi dalam pembelian. Hal ini memicu berbagai dampak negatif seperti pola hidup boros hingga menimbulkan pembelian kompulsif. Pembelian kompulsif dilakukan konsumen untuk mengatasi rasa cemasnya (Muchnisa & Sulaiman, 2020).

Berbicara terkait perasaan cemas yang menjadi pemicu sekaligus dampak dari perilaku konsumtif, tentu berkaitan pula dengan bagaimana cara menghindarinya. Hal ini dapat dilakukan dengan merubah sikap atau kebiasaan konsumtif menjadi minimalis. Pernyataan ini didasarkan pada faktor pemicu perilaku konsumtif menurut Kotler dan Keller (2016) yang terdiri dari faktor kebudayaan, faktor sosial, dan faktor pribadi. Faktor pribadi menjadi hal yang penting karena menyangkut usia, pekerjaan, kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup. Berdasarkan faktor perilaku konsumtif, faktor pribadi dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perubahan perilaku konsumtif itu sendiri.

Perilaku konsumtif mendorong individu untuk melakukan konsumsi berlebih dengan membeli apa yang sebenarnya tidak dibutuhkan, dengan tujuan untuk memenuhi keinginan pribadi semata dan bukan lagi atas tujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar yang dijadikan gaya hidup untuk bisa tampil mewah (Mujahidah, 2020). Pengertian perilaku konsumtif tersebut sangat bertolak belakang dengan sikap hidup minimalis yang cenderung mendorong individu untuk melakukan konsumsi berkelanjutan, membeli apa yang dibutuhkan, dan mempertimbangkan segala pembelian. Kehidupan minimalis senantiasa mengajak individu untuk mengurangi konsumsi barang-barang materialis dengan memaksimalkan konsumsi berkelanjutan sehingga akan tercipta penurunan konsumerisme (Afriyadi, Atmoko, & Sugiarmasto, 2022). Konsep ini melibatkan pengurangan benda-benda fisik, komitmen untuk mengurangi penambahan terhadap benda-benda yang tidak memberikan nilai atau kebahagiaan yang nyata, serta pemusatan diri pada nilai-nilai kesederhanaan. Karena pada akhirnya kesederhanaan individu dalam menentukan sikap hidupnya akan membuat individu jauh lebih terbebas dari beban pemicu stres dan kecemasan yang disebabkan oleh keinginan untuk memiliki lebih banyak hal.

Seiring dengan meningkatnya pola hidup konsumtif, konsep hidup minimalis menjadi alternatif yang relevan untuk mengurangi konsumsi berlebihan. Minimalisme mendorong individu untuk fokus pada kebutuhan esensial dan menghindari pembelian yang tidak perlu, sehingga dapat mengurangi stres dan meningkatkan kesejahteraan emosional (Hausen, 2018; Kang, Martinez, & Johnson, 2021). Filosofi ini menekankan kualitas daripada kuantitas dan mengajak individu untuk menyederhanakan hidup demi keseimbangan emosional yang lebih baik (Firmansyah & Asbari, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara kecemasan dan sikap hidup minimalis terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Fenomena ini penting untuk dikaji karena tingginya kecenderungan belanja berlebihan yang didorong oleh emosi, khususnya pada wanita, berpotensi menyebabkan masalah finansial dan sosial. Selain itu, minimalisme menawarkan strategi potensial untuk membantu individu mengatasi kecemasan dan memperbaiki kebiasaan konsumtif mereka (Kang, Martinez, & Johnson, 2021), sehingga peneliti berharap penelitian ini dapat menghasilkan temuan baru dan manfaat bagi permasalahan tersebut. Terdapat tiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, pertama kecemasan dan sikap hidup minimalis secara simultan memiliki keterhubungan dengan perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal, kedua secara parsial kecemasan memiliki hubungan

positif terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal, dan ketiga secara parsial sikap hidup minimalis berhubungan negatif terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Dimana peneliti ingin mengkaji besar hubungan serta pengaruh variabel kecemasan (X1) dan sikap hidup minimalis (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Responden penelitian terdiri dari wanita *shopaholic* dewasa awal yang berusia 18-40 tahun. Proses pengambilan data dilakukan menggunakan *purposive sampling*, dimana pemilihan responden ditentukan berdasarkan kriteria *shopaholic* menurut Pudji Susilowati (dalam Fitria, 2015) yaitu: a). suka menghabiskan uang untuk membeli barang yang tidak dimiliki meskipun barang tersebut tidak selalu berguna bagi dirinya, b). merasa puas ketika dapat membeli apa saja yang diinginkan, namun setelah selesai berbelanja akan merasa bersalah dan tertekan dengan apa yang telah dilakukannya, c). melakukan kegiatan berbelanja untuk meredakan stresnya, d). memiliki banyak barang seperti baju, sepatu, atau barang-barang elektronik yang tidak terhitung jumlahnya, namun tidak pernah/sangat jarang untuk digunakan, e). selalu tidak mampu mengontrol diri ketika berbelanja, f). merasa terganggu dengan kebiasaan belanja yang dilakukan. Responden yang men-ceklis satu atau lebih di antara delapan kriteria *shopaholic* diatas akan ditetapkan dan terpilih menjadi responden penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga skala yaitu: a). skala kecemasan HARS, b). skala sikap hidup minimalis, dan c). skala perilaku konsumtif. Ketiga skala tersebut disusun dengan menggunakan metode likert. Skala kecemasan HARS diadaptasi dari Hamilton (1959) dengan reliabilitas skala sebesar 0,890; Skala sikap hidup minimalis dibuat sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek sikap hidup minimalisme menurut Druica, Calin, & Puiu (2023) dengan reliabilitas sebesar 0,924; dan Skala perilaku konsumtif diadaptasi dari penelitian Aini (2016) dengan reliabilitas skala sebesar 0,899, skala ini disusun berdasarkan indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002). Ketiga skala tersebut dimuat dalam sebuah kuesioner yang akan disebarkan pada responden penelitian.

Proses pengambilan data berlangsung selama kurang lebih 3 bulan. Informasi mengenai persetujuan (*informed consent*), kriteria penelitian, dan instrumen dimuat dalam format *google form* yang disebarkan melalui whatsapp. Setelah responden penelitian terpenuhi, peneliti melakukan analisis data dan mengeliminasi data yang tidak diperlukan, sehingga dari 263 responden penelitian hanya 130 data yang dapat digunakan dalam penelitian ini dimana 30 data responden digunakan untuk uji coba skala dan 100 data responden sisanya untuk analisis pengujian hipotesis.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linier berganda, dengan empat uji asumsi klasik yaitu; a). Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* ($p > 0,05$), b). uji multikolinearitas, menggunakan metode faktor inflasi ragam (*variance inflation factor/VIF*), $VIF < 10$, c). uji heteroskedastisitas, menggunakan plot nilai dugaan

yang dibakukan (*standardized predicted value*) dengan sisaan yang dibakukan (*studentized residual*), dan d). uji autokorelasi, menggunakan *Durbin Watson (table durbin watson)* $dL < DW < dU$ (Retnawati, 2017). Seluruh perhitungan dalam penelitian ini menggunakan *Statistic Program for Social Science (SPSS)* versi 25 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 263 responden terkumpul dalam penelitian ini, setelah dilakukan eliminasi untuk mendapatkan kriteria yang sesuai yaitu wanita *shopaholic* dewasa awal diperoleh 130 responden yang tersisa, dimana 30 responden digunakan untuk uji coba skala dan 100 sisanya untuk analisis data hasil penelitian. Berikut tabel sebaran data responden:

Tabel 1. Sebaran Data Responden

Variabel	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	100	100%
Usia		
18-22 Tahun	86	86%
23-27 Tahun	10	10%
28-32 Tahun	0	0%
33-40 Tahun	4	4%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	84	84%
Karyawan	5	5%
Wirausaha	1	1%
Ibu Rumah Tangga	4	4%
Lain-lain	6	6%
Domisili		
Banten	2	2%
DIY Yogyakarta	56	56%
DKI Jakarta	2	2%
Jawa Barat	4	4%
Jawa Tengah	7	7%
Jawa Timur	23	23%
Kepulauan Riau	1	1%
Lampung	2	2%
Nusa Tenggara Barat	2	2%
Papua	1	1%
Pendapatan/Uang saku		
< Rp. 500.000	38	38%
Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000	42	42%
Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	13	13%

>Rp. 3.000.000	7	7%
Intensitas Belanja dalam 1 Bulan		
1-3 kali	63	63%
4-6 kali	22	22%
7-9 kali	5	5%
>10 kali	10	10%
Pengeluaran dalam satu bulan		
10 - 15% dari Pendapatan	25	25%
20 - 25% dari Pendapatan	22	22%
30 - 50% dari Pendapatan	26	26%
>50% dari Pendapatan	27	27%
Kategori barang paling sering dibeli		
Pakaian dan Produk Fashion	24	24%
Kosmetik dan Skincare	42	42%
Barang Bermerek	6	6%
Makanan dan Minuman	85	85%
Lain-lain	21	21%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian seluruhnya Perempuan. Mayoritas berusia 18-22 tahun yang merupakan pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 84%. Pendapatan/uang saku umumnya berkisar antara Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000 per bulan, dengan intensitas belanja 1-3 kali dan pengeluaran > 50% dari pendapatan. Urutan kategori barang yang paling sering dibeli dimulai dari makanan dan minuman (85%), kosmetik dan skincare (42%), pakaian dan produk fashion (24%), lain-lain (21%), dan barang bermerek (6%).

a. Kategorisasi skor

Tabel 2. Kategorisasi Skor

Rentang nilai	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
Perilaku konsumtif			
$X < 46$	Rendah	37	37%
$46 \leq X < 69$	Sedang	55	55%
$69 \leq X$	Tinggi	8	8%
Kecemasan			
$X < 6$	Tidak ada gejala	19	19%
$7 \leq X < 14$	Ringan	21	21%
$15 \leq X < 27$	Sedang	38	38%

$27 \leq X$	Berat	22	22%
Sikap hidup minimalis			
$X < 48$	Rendah	0	0%
$48 \leq X < 72$	Sedang	34	34%
$72 \leq X$	tinggi	66	66%

Kategorisasi skor diatas diambil melalui skor hipotetik skala. Berdasarkan tabel kategorisasi dapat dilihat bahwa frekuensi perilaku konsumtif, kecemasan, dan sikap hidup minimalis pada wanita *shopaholic* dewasa awal mayoritas berada pada kategorisasi sedang. Persentase perilaku konsumtif terbanyak sebesar 55% (55 orang) dengan taraf sedang, persentase kecemasan terbanyak 38% (38 orang) dengan taraf sedang, dan persentase sikap hidup minimalis terbanyak 66% (66 orang) dengan taraf tinggi.

b. Uji hipotesis

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien regresi (regresi)	(F)	Koefisien beta (β)	Sig (p)	Keterangan
Perilaku konsumtif			-	0,000	Sangat signifikan
Kecemasan	12,546		0,202	0,029	Signifikan
Sikap hidup minimalis			- 0,384	0,000	Sangat signifikan

Berdasarkan analisis regresi linier berganda hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kecemasan (X_1), dan sikap hidup minimalis (X_2), terhadap perilaku konsumtif (Y) pada wanita *shopaholic* dewasa awal ($r = 12,546$; $p = 0,000$ ($p < 0,05$)). Kecemasan berhubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,202$; $p = 0,029$ ($p < 0,05$)) sedangkan sikap hidup minimalis berhubungan negatif dan sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = -0,384$; $p = 0,000$ ($p < 0,05$)). Tanda positif pada nilai koefisien beta variabel (X_1) menunjukkan bahwa semakin tinggi kecemasan yang dimiliki oleh wanita *shopaholic* dewasa awal maka, semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang muncul, sedangkan tanda negatif pada nilai koefisien beta variabel (X_2) menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap hidup minimalis yang dimiliki oleh wanita *shopaholic* dewasa awal maka semakin rendah perilaku konsumtif yang akan muncul. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Tabel 4. Koefisien R Square

Variabel	Koefisien regresi (β)	Koefisien korelasi	SE	SR
Kecemasan	0,202	0,245	5,0	24,3
Sikap hidup minimalis	-0,384	-0,406	15,6	75,7
Jumlah R square			20,6	100,0

Berdasarkan tabel koefisien R_{square} variabel kecemasan dan sikap hidup minimalis menyumbang pengaruh sebesar 20,6% terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal, sedangkan 79,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar kecemasan dan sikap hidup minimalis. Secara parsial kecemasan menyumbang sebanyak 5% terhadap timbulnya perilaku konsumtif, sedangkan sikap hidup minimalis menyumbang sebanyak 15,6% pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara kecemasan dan sikap hidup minimalis terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama, yang menyatakan adanya hubungan simultan antara kecemasan (X1), dan sikap hidup minimalis (X2), terhadap perilaku konsumtif (Y) pada wanita *shopaholic* dewasa awal, terbukti berhubungan secara simultan dan sangat signifikan. Dengan demikian hipotesis tersebut diterima. Hal ini didasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 3 yang menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 12,546 dengan probabilitas ($0,000 p < 0,05$). Korelasi ini dapat dijelaskan melalui beberapa penelitian terdahulu yang mengungkap bahwa kecemasan dapat mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif, salah satunya hasil penelitian Gallagher, Watt, Weaver, & Murphy (2016) menunjukkan bahwa pembelian impulsif yang menjadi bagian dari perilaku konsumtif kemungkinan besar terjadi akibat respon terhadap kondisi suasana hati yang negatif, seperti kecemasan. Sedangkan penelitian yang berkaitan dengan sikap hidup minimalis menunjukkan bahwa kecenderungan seseorang terhadap sikap hidup minimalis dapat mencegah seseorang untuk berperilaku konsumtif dengan memaksimalkan konsumsi berkelanjutan (Afriyadi, Atmoko, & Sugiyarmasto, 2022). Korelasi ini dapat dijelaskan, ketika wanita *shopaholic* dewasa awal mengalami perasaan cemas, gelisah, lemah, lesu, dan hilang minat, dibarengi dengan adanya kesadaran akan pentingnya menjaga pola hidup yang seimbang dengan tidak melakukan perilaku konsumsi secara berlebihan dan selalu berpacu pada nilai guna sebuah barang, maka keinginan untuk membeli produk-produk secara berlebihan diluar kebutuhan akan menurun.

Hipotesis kedua mengenai adanya hubungan yang positif antara kecemasan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada wanita *shopaholic* dewasa awal secara parsial terbukti memiliki hubungan yang positif dan signifikan, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, nilai

signifikansi ($0,029$; $p < 0,05$) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kecemasan (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y). Sedangkan koefisien beta ($0,202$) menunjukkan adanya hubungan yang positif diantara keduanya. Artinya apabila terjadi peningkatan kecemasan maka secara otomatis perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal akan meningkat. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian Muchnisa & Sulaiman (2020) yang mengungkapkan bahwa perasaan negatif seperti eskapisme, rasa cemas, stress, dan depresi dapat meningkatkan terjadinya perilaku konsumtif, dimana pembelian dilakukan dengan tujuan mencari kesenangan dalam proses pembelannya. Selain itu perilaku konsumtif juga dapat menyebabkan terjadinya kecemasan atau kegelisahan pada saat membeli, menggunakan, dan menghabiskan produk yang telah dibeli (Muchnisa & Sulaiman, 2020). Uraian diatas menunjukkan bahwa kecemasan bukan hanya menjadi penyebab seseorang berperilaku konsumtif, akan tetapi kecemasan juga dapat timbul akibat perilaku konsumtif itu sendiri. Berdasarkan nilai koefisien R_{square} pada tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa kecemasan menyumbang sebanyak 5% terhadap terjadinya perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal, sedangkan 95% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar kecemasan.

Hipotesis ketiga mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara sikap hidup minimalis (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada wanita *shopaholic* dewasa awal secara parsial terbukti memiliki hubungan yang negatif dan sangat signifikan, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, nilai signifikansi ($0,000$; $p < 0,05$) menunjukkan adanya pengaruh yang sangat signifikan antara variabel sikap hidup minimalis (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y). Sedangkan koefisien beta ($-0,384$) menunjukkan adanya hubungan yang negatif diantara keduanya. Artinya apabila terjadi peningkatan sikap hidup minimalis maka secara otomatis perilaku konsumtif akan menurun. Pernyataan ini didukung oleh beberapa penelitian, dimana secara teori sikap hidup minimalis sangat bertentangan dengan perilaku konsumtif. Sikap hidup minimalis menuntun individu untuk melakukan pertimbangan pembelian dan memutuskan secara sadar tentang apa yang penting, selain itu sikap hidup minimalis juga menawarkan individu untuk mengurangi konsumsi barang-barang materialis dengan memaksimalkan konsumsi berkelanjutan sehingga tercipta penurunan konsumerisme (Hausen (2018); Afriyadi, Atmoko, & Sugiarmasto, (2022)). Itulah mengapa sikap hidup minimalis diasumsikan sebagai solusi yang tepat untuk menurunkan perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini sikap hidup minimalis menyumbang 15,6% terhadap terjadinya penurunan perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal, sedangkan 84,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel sikap hidup minimalis. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kecemasan dan sikap hidup minimalis memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 wanita *shopaholic* dewasa awal peneliti menemukan bahwa sebanyak 86% responden penelitian adalah pelajar/mahasiswa yang berusia 18-22 tahun, dengan pendapatan/uang saku yang

diperoleh setiap bulan Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000, pengeluaran >50% dan intensitas belanja 1-3 kali. Pengeluaran terbanyak berada pada urutan kategori makanan dan minuman (85%), kosmetik dan skincare (42%), pakaian dan produk fashion (24%), lain-lain (21%), dan barang bermerek (6%). Sebanyak 38% responden penelitian mengalami kecemasan pada tingkat sedang, dan 66% dari responden penelitian memiliki kesadaran yang tinggi terhadap sikap hidup minimalis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makanan dan minuman menjadi kategori utama pengeluaran terbanyak pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Selain makanan dan minuman yang menjadi konsumsi utama dalam menunjang kehidupan, makanan dan minuman juga dapat menjadi mekanisme koping/pelarian yang terjadinya akibat kecemasan sehingga individu dapat melakukan pembelian secara berlebihan untuk meredakan kecemasan yang dirasakan. Sejalan dengan hasil penelitian Kasmad, Bachtiar, & Dewi (2024) yang menyebutkan bahwa salah satu mekanisme koping individu saat mengalami kecemasan dan stres adalah dengan makan. Individu mengkonsumsi makanan secara berlebihan ketika sedang menghadapi emosi tinggi untuk mendapatkan kenyamanan, meskipun pada kenyataannya perilaku ini tidak menghilangkan kecemasan dan hanya sebuah pengalihan, seperti halnya dengan perilaku belanja yang ditujukan untuk meredakan kecemasan individu. Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya menggambarkan apa yang terjadi pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Meskipun pakaian dan produk fashion masuk pada kategori pengeluaran terbanyak ketiga dengan persentase sebesar 24% dan barang branded 6% yang menjadi kategori pengeluaran terbanyak ke lima, hal ini kurang mewakili prediksi hasil dan latar belakang penelitian. Mengingat mayoritas responden penelitian adalah pelajar/mahasiswa yang belum mandiri secara finansial, sehingga pengalihan kecemasan cenderung terhadap hal-hal yang berbau makanan dan minuman, bukan melalui pakaian dan produk fashion atau barang branded, seperti pada latar belakang masalah diawal.

Penelitian ini membawa temuan baru dalam khasanah keilmuan baik dari segi psikologi ataupun sosial. Dimana pada penelitian sebelumnya kecemasan, sikap hidup minimalis, dan perilaku konsumtif dibahas secara terpisah dengan penelitian yang berbeda-beda, sehingga belum ada penelitian yang membahas terkait kecemasan, perilaku konsumtif, dan sikap hidup minimalis secara bersamaan. Secara keseluruhan, peneliti menyadari bahwa masih banyak kelemahan dalam penelitian ini yang mungkin belum menjelaskan secara keseluruhan dinamika kecemasan dan sikap hidup minimalis terhadap perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Responden penelitian yang didominasi oleh pelajar/mahasiswa membuat hasil penelitian kurang maksimal karena belum bisa menggambarkan *shopaholic* yang sesungguhnya. Peneliti berharap penelitian lanjutan dapat dilaksanakan melalui metode kualitatif sehingga diperoleh dinamika yang sesungguhnya dari ketiga variabel yang dibahas dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kecemasan dan sikap hidup minimalis terbukti berhubungan sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dimana secara parsial kecemasan berhubungan secara positif dan signifikan terhadap perilaku

konsumtif, sedangkan sikap hidup minimalis berhubungan negatif dan sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecemasan dapat memperparah terjadinya perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal, sedangkan sikap hidup minimalis terbukti dapat menjadi variabel yang dapat menurunkan perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal. Sehingga kesadaran akan kehidupan minimalis akan menurunkan perilaku konsumtif pada wanita *shopaholic* dewasa awal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyadi, Atmoko, W. B., & Sugiyarmasto. (2022, April). Determinan Gaya Hidup Minimalis: Apakah Berpengaruh Terhadap Gaya Hidup Minimalis. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15 Nomor 1, 51-58. doi: <https://doi.org/10.31001/jbk.v15i1.1812>
- Agung, P. D., & Yuesti, D. A. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Denpasar: ABpublishER.
- Aini, R. D. (2016). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas "X" di Yogyakarta. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*, 1-71.
- Alaiyah, N. (2021). Konsep Hidup Minimalis Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam*, 1-65.
- Alwisol. (2019). *Psikologi Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Amiruddin, A. F. (2018). Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif. *Universitas Negeri Makassar*, 1-11.
- Ananda, A. R. (2021). Kebahagiaan dalam Tren Gaya Hidup Minimalis pada Komunitas Lyfe With Less: Perspektif Etika Al-Ghazali. *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, -.
- Anggraini, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping pada Wanita Usia Dewasa Awal. *Skripsi Universitas Negeri Jakarta*, 1-154.
- Anugrahati, R. D., & Hendrastomo, G. (2014). Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 2-24.
- Arbaini, N., & Yonyanis, Y. (2017). Gaya Hidup Shopaholic pada Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau yang Kecanduan Berbelanja Pakaian). (*Doctoral dissertation, Riau University*).
- Azam, R., Danish, M., & Akbar, S. S. (2012, September 20). Consumption Style Among Young Adults Towards Their Shopping Behavior: An Empirical Study in Pakistan. *MPRA, IQRA UNIVERSITY*, 1-9. Retrieved from https://mpra.ub.uni-muenchen.de/42369/1/MPRA_paper_42369.pdf
- Azwar, S. (2022). *Metode Penelitian Psikologi, Edisi II Cetakan V*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dihni, V. A. (2022, Juli 7). *Daftar Produk yang Paling Banyak dibeli Perempuan Saat Belanja Di E-Commerce*. Retrieved from [databoks: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/07/daftar-produk-yang-paling-banyak-dibeli-perempuan-saat-belanja-di-e-commerce](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/07/daftar-produk-yang-paling-banyak-dibeli-perempuan-saat-belanja-di-e-commerce)
- Druica, E., Calin, R. L., & Puiu, A.-L. (2023, January 30). When Less Is More; Understanding the Adoption of a Minimalist Lifestyle Using the Theory of Planned Behavior. *mathematics*, 2-18. doi: <https://doi.org/10.3390/math11030696>

- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Tangerang, Banten Indonesia: Universitas Terbuka. Retrieved from https://pak.uui.ac.id/wp-content/uploads/2021/01/B1-Buku-1-ok_Metode-Sampling.pdf
- Firmansyah, R., & Asbari, M. (2023). Minimalisme: Sedikit Barang, Sedikit Masalah? *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 123-127.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda. *ejournal.ilkom.fisip-unmul.org*, 1 (3), 117-128.
- Fromm, E. (1991). *The Sane Society*. London and New York: Routledge. Retrieved from <https://historicalunderbelly.files.wordpress.com/2012/12/erich-fromm-the-sane-society.pdf>
- Gallagher, C. E., Watt, M. C., Weaver, A. D., & Murphy, K. A. (2016, July 20). "I fear, therefore, I shop!" exploring anxiety sensitivity in relation to compulsive buying. *ELSEVIER*, 37-42. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2016.07.023>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- Halgin, R. P., & Whitbourne, S. K. (2010). *Psikologi Abnormal: Perspektif Klinis pada Gangguan Psikologi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hamdi, P. M. (2020). *Paradigma dan Etika Penelitian*. .: -. Retrieved from <https://dokumen.tips/documents/paradigma-dan-etika-2020-5-26-modul-1-paradigma-dan-etika-penelitian-prof.html>
- Hamilton, M. (1959, March). The Assessment of Anxiety States by Rating. *Br J Med Psychol*, 32(1), 50-55. doi:doi.org/10.1111/j.2044-8341.1959.tb00467.x
- Hausen, J. E. (2018, September 22). Minimalist life orientations as a dialogical tool for happiness. *Routledge, Taylor & Francis Group*, 1-24. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/03069885.2018.1523364>
- Hayat, A. (2017). Kecemasan dan Metode Pengendaliannya. *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 12(1), 52-62.
- Hikmah, F. N., & Nurwidawati, D. (2023). Hubungan antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10, NO. 03, 190-202.
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, Edisi Kelima*. Jakarta: ERLANGGA.
- Islamy, R. Y., Yuniwati, E. S., & Abdullah, A. (2021). Perilaku Hedonis Pada Masa Dewasa Awal. *Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Malang*, 179-190.
- Jay, F. (2018). *Seni Hidup Minimalis Petunjuk Minimalis Menuju Hidup yang Apik, Tertata, dan Sederhana*. Jakarta: Kompas Gramedia, Gramedia Pustaka Utama.
- Kang, J., Martinez, C. M., & Johnson, C. (2021, February 6). Minimalism as a sustainable lifestyle: Its behavioral representations and contributions to emotional well-being. *Institutions of Chemical Engineers*, 802-813. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.02.001>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta : KENCANA, by Prenadamedia Group.

- Laksmi, L. (2017). Teori interaksionisme simbolik dalam kajian ilmu perpustakaan dan informasi. *. Pustabiblia: Journal of Library and Information Science, 1(2),*, 121-138.
- Lemeshow, S., J. D. W., Klar, J., & K.Lwanga, S. (1997). *Besar Sample dalam Penelitian Kesehatan*. (d. D. Pramono, Trans.) Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control pada Remaja Putri. *PSIKOLOGIKA, 4*, 5-13.
- Malihah, L., Zaini, A., Rahmah, M., Nawiyah, L., & Najati, A. (2022). Analisis Perilaku Shopaholic Ditinjau dari Perspektif Manajemen Pemasaran dan Perspektif Islam. *MUSYARAKAH: Journal of Sharia Economics, 71-79*.
- Marliani, R., & Hambali, P. D. (2019). *Metode Penelitian Psikologi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Maulana, A., & Putra, A. R. (2020, Desember). STRATEGI E-COMMERCE. *researchgate, 1-5*. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Adhitya-Rahma-Putra-2/publication/346970177_STRATEGI_ECOMMERCE/links/5fd617e9a6fdccdc8c0dae1/S-STRATEGI-E-COMMERCE.pdf
- Muchnisa, F., & Sulaiman. (2020). Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Kecemasan Konsumen yang Berdampak pada Pembelian Kompulsif dan Dimediasi oleh Eskapisme (Studi Kasus pada Matahari Department Store di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Accredited by SINTA 4, 236-249*.
- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik di SMK Negeri 8 Makassar. *Universitas Negeri Makassar, 2-18*. Retrieved from <http://eprints.unm.ac.id/18970/1/Jurnal%20A.%20Nooriah%20Mujahidah%20-%201644040021%20-%20BK.pdf>
- Nevid, J. S., Rathus, S. A., & Greene, B. (2014). *Psikologi Abnormal di Dunia yang Terus Berubah*. Jakarta: Erlangga.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rajiati, U., Saloom, G., Rosmawati, . . . Beribe, M. F. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia: NEM.
- Rainer, P. (2023, September 11). *87% Pria RI Pernah Menonton Live Shopping, Presentase Wanita Lebih Banyak*. Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/87-pria-ri-pernah-menonton-live-shopping-presentase-wanita-lebih-banyak-2hJwe>
- Retnawati, H. (2017, Juli 25). Pengantar Analisis Regresi dan Korelasi. *FMIPA Pend. Matematika UNY, 1-18*. Retrieved from <https://staffnew.uny.ac.id/upload/132255129/pengabdian/4-materi-Pengantar%20Analisis%20Regresi-alhamdulillah.pdf>
- Sanusi, A. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Sasaki, F. (2015). *Goodbye, Things Hidup Minimalis ala Orang Jepang* (Vols. ISBN: 978-602-03-9840-2). Jakarta: Kompas Gramedia.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Siregar, E. Y., Nababan, E. M., Ginting, E. R., Nainggolan, B. A., Ritonga, D. L., & Nababan, D. (2022, November 22). Perlunya Pembinaan Terhadap Dewasa Awal Dalam Menghadapi Tugas Perkembangannya. *Jurnal Pendidikan Agama Katekese dan Pastoral (Lumen), Volume 1, No. 2, 16-21*.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.

- Tyrer, P., & Baldwin, D. (2006). Generalised Anxiety Disorder. *The Lancet*, 2156-2166.
- Wahyudi, T. A., Suryanto, & Pratitis, d. N. (2021). Dinamika Psikologis Shopaholic di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 160-168.
- Warsidi, E. (2010). *Perilaku Konsumtif Merusak Karakter Bangsa*. Jakarta Timur: CV Rizky Aditya.
- Wiramihardja, S. A. (2015). *Pengantar Psikologi Abnormal Edisi Revisi*. Bandung: Refika Aditama.
- Yusuf, A., Fitryasari, R., & Nihayati, H. E. (2015). *Buku Ajar Keperawatan Kesehatan Jiwa*. Jakarta: Salemba Medika.