

**PENGARUH *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP *HOARDING*
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

S K R I P S I



Oleh :

Qonitatul Maghfiroh

NIM 17410230

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
TAHUN 2022**

HALAMAN JUDUL
PENGARUH *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP *HOARDING*
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

S K R I P S I

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar sarjana Psikologi (S. Psi)

Oleh :

Qonitatul Maghfiroh

NIM 17410230

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
TAHUN 2022

**HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP *HOARDING* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA
MALIK IBRAHIM MALANG**

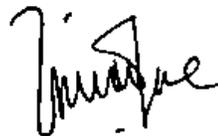
S K R I P S I

Oleh :

Qonitatu Maghfiroh

NIM 17410230

**Telah disetujui oleh:
Dosen Pembimbing**



Dr. Retno Mangestuti, M.Si

NIP. 19750220 200312 2 004

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang**



Dr. Kifa Hidayah, M.Si

NIP. 19761128 200212 2 001

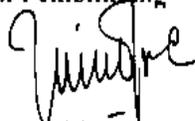
SKRIPSI

PENGARUH *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP *HOARDING* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal, 29 Juni 2022

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



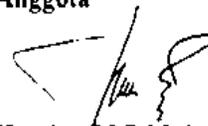
Dr. Retno Mangestuti, M.Si
NIP. 19750220 200312 2 004

Ketua/Penguji Utama



Dr. Ali Ridho, M.Si
NIP. 19780429 200604 1 001

Anggota



Hamim, M.Pd.I
NIP. 19820507 201802 0 11209

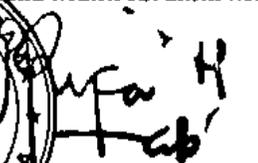
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal, 29 Juni 2022

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang




Rifa Hidayah, M.Si
19761128 200212 2 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : Qonitatul Maghfiroh
NIM : 17410230
Fakultas : Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Impulsive Buying* terhadap *Hoarding* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang**” adalah benar merupakan karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan dan tidak melakukan tindak plagiat dalam penyusunan skripsi tersebut. Adapun kutipan-kutipan yang ada dalam penyusunan skripsi ini telah saya cantumkan sumber pengutipannya dalam daftar pustaka. Saya bersedia untuk melakukan proses sebagaimana mestinya sesuai undang-undang jika ternyata skripsi ini secara prinsip merupakan plagiat karya orang lain dan bukan merupakan tanggung jawab Dosen Pembimbing ataupun pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya, apabila ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 25 Mei 2022

Yang menyatakan,



Qonitatul Maghfiroh

NIM. 17410230

MOTTO

Jadilah dermawan tapi jangan mubazir.
Berhematlah tapi jangan kikir.

(Imam Ali Bin Abu Thalib RA.)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya. Yang pertama, teruntuk Uma Muchlisoh yang selalu ada untuk saya, memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apapun. Uma yang selalu memberikan semangat dan dorongan agar saya bisa menyelesaikan skripsi dengan sebaik mungkin.

Yang terakhir, teruntuk Buya Rohmat yang meskipun tidak bisa mendampingi saya secara langsung dalam mengerjakan skripsi, tapi saya yakin beliau selalu ada di dekat saya, mengawasi saya dari tempatnya berada saat ini. Buya yang tidak perlu melakukan dan mengatakan apapun, namun memotivasi saya untuk bisa melewati saat-saat sulit saya ketika mengerjakan skripsi. Buya yang seolah mengatakan bahwa saya pasti bisa menghadapi hari-hari sulit setelah ini, karena saya mampu bertahan dan melewati hari terburuk ketika kehilangan beliau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil ‘Alamiin, dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Impulsive Buying* terhadap *Hoarding* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis sadar bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan begitu saja tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak yang banyak berperan dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Zamroni, S.Psi., M.Pd, selaku Kepala Jurusan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Retno Mangestuti, M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan telaten memberi arahan, bimbingan, nasihat, maupun motivasi selama proses pengerjaan skripsi.
5. Dr. H, M. Lutfi Mustofa, M.Ag., selaku dosen wali selama menempuh pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, serta membagi pengalaman selama menempuh pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

7. Staf Bagian Akademik Fakultas Psikologi yang telah banyak membantu dalam hal administrasi selama menempuh pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
8. Kedua orangtua saya, Rohmat dan Muchlisoh yang telah memberikan dukungan dan bantuan tak terbatas dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Kakak dan adik saya, Ahmad Dzul Fikri Al-Fathony dan Mawaddatul Hikmah yang selalu memberikan dukungan ketika saya merasa tidak mampu menyelesaikan skripsi ini, dan juga bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Ade Hilda Agustina, Armenita Dwi Prastika, Hanimatul Fikriyah, dan Nur Atiqoh Dwi yang selalu ada di saat saya sedang berada dalam fase naik-turun saat pengerjaan skripsi ini.
11. Vina Anjarsari, Mafirda, Olyvia Aprelian, Binti Uswatun Hasanah, Elva Asrofi Tabarak, Yulinda Khairunnisa Belung, Siti Nurjana Gani, Darul Muqomah, dan Dewi Wulan Sari yang banyak membantu ketika saya kebingungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Nova Nur Azizah Putri, Zahratul Firdausiyah, Karida Fitri Ria Insani, dan Isatunnafiah yang telah memberikan warna selama menempuh pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
13. Neneng Ayu Saridewi, Septiani Aisyah Ayu Paramita, Nurinda Putri Lestari, Nuris Shofatul Fikroh, Zuhrotul Mardiyyanaz Zakiyyah, Nurul Lailatul Kodriyah, Betha Febriliana Putri, Arina Bidziyah Ikal Marom, dan Maisun yang meskipun tidak sering bersinggungan selama berada di kampus, namun banyak membantu dalam proses pengerjaan skripsi serta menemani hari-hari selama menempuh pendidikan di kota Malang.
14. Serta kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, atas segala dukungan maupun bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dan kesalahan, baik pada proses penulisan, maupun penyusunan skripsi ini. Penulis sangat mengharapkan kritik maupun saran dari semua pihak, untuk menyempurnakan penelitian ini, agar dapat bermanfaat bagi penulis sendiri serta pembaca.

Malang, 25 Mei 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Qonitatul Maghfiroh', written over a horizontal line.

Qonitatul Maghfiroh

NIM. 17410230

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
مستخلص البحث.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Hoarding	13
1. Pengertian <i>Hoarding</i>	13
2. Dimensi <i>Hoarding</i>	14
B. <i>Impulsive Buying</i>	15
1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	15
2. Komponen atau Dimensi <i>Impulsive Buying</i>	16
3. Karakteristik <i>Impulsive Buying</i>	18
4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Terjadinya <i>Impulsive Buying</i>	18
5. Tipe-tipe <i>Impulsive Buying</i>	19
C. Pengaruh <i>Impulsive Buying</i> terhadap <i>Hoarding</i>	20
D. Kerangka Konseptual	22
E. Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Identifikasi Variabel Penelitian	24
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
D. Subjek Penelitian	25
E. Metode Pengumpulan Data	27
F. Instrumen Penelitian	28
G. Validitas dan Reliabilitas.....	30
H. Metode Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Lokasi Penelitian	37
1. Gambaran Lokasi Penelitian	37
2. Waktu dan Tempat	38
3. Jumlah Subjek Penelitian	38
4. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data.....	38
5. Hambatan-Hambatan.....	38
B. Hasil Penelitian.....	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. Analisis Data	41
C. Pembahasan	46
1. Tingkat <i>Impulsive Buying</i> pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	46
2. Tingkat <i>Hoarding</i> pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	48
3. Pengaruh Antara <i>Impulsive Buying</i> terhadap <i>Hoarding</i> pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	51
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan	53
B. Keterbatasan Penelitian	53
C. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Wawancara	4
Tabel 1.2 Hasil Survey	6
Tabel 3.1 Rekapitulasi Data Registrasi Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	26
Tabel 3.2 Ketentuan Nilai Skala <i>Impulsive Buying</i>	29
Tabel 3.3 Blue Print Skala <i>Impulsive Buying</i>	29
Tabel 3.4 Ketentuan Nilai Skala <i>Hoarding</i>	30
Tabel 3.5 Blue Print Skala <i>Hoarding</i>	30
Tabel 3.6 Daftar Panel Ahli CVR	31
Tabel 3.7 Hasil Analisis CVR Skala <i>Impulsive Buying</i>	32
Tabel 3.8 Hasil Analisis CVR Skala <i>Hoarding</i>	32
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 3.10 Rumus Kategorisasi Data.....	35
Tabel 4.1 Skor Hipotetik dan Empirik	39
Tabel 4.2 Kategorisasi Skala <i>Impulsive Buying</i>	40
Tabel 4.3 Kategorisasi Skala <i>Hoarding</i>	41
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.5 Uji Linearitas.....	43
Tabel 4.6 Uji Pengaruh <i>Impulsive Buying</i> terhadap <i>Hoarding</i>	44
Tabel 4.7 Kontribusi Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat	45
Tabel 4.8 Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Skala Penelitian Sebelum CVR.....	61
Lampiran 2 : Analisis CVR.....	66
Lampiran 3 : Skala Penelitian Setelah CVR.....	68
Lampiran 4 : Data Hasil Penelitian.....	73
Lampiran 5 : Estimasi Reliabilitas.....	79
Lampiran 6 : Analisis Deskriptif.....	81
Lampiran 7 : Analisis Data.....	83

ABSTRAK

Qonitatul Maghfiroh (2022). Pengaruh *Impulsive Buying* terhadap *Hoarding* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. 2022.

Pembimbing : Dr. Retno Mangestuti, M. Si.

Semenjak terjadinya pandemi, masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu di rumah, yang membuat mereka kerap kali melakukan pembelian barang secara spontan dengan dalih kebutuhan, atau tergoda oleh penawaran produk. Seringkali barang tersebut dibiarkan begitu saja, tak terpakai, hingga dilupakan keberadaannya. Tumpukan barang yang tak terpakai menumpuk di beberapa tempat, khususnya di area yang menjadi tempat sang pemilik melakukan kegiatan sehari-hari. *Hoarding* merupakan pola perilaku yang memiliki ciri khusus dimana seseorang suka mengumpulkan berbagai barang, tidak peduli barang tersebut berguna atau tidak, dan juga seseorang tersebut merasa kesulitan bahkan menolak untuk membuang barang-barang tertentu yang bahkan sudah tidak ia perlukan lagi.

Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui tingkat *impulsive buying* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang; (2) untuk mengetahui tingkat *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang; (3) untuk mengetahui pengaruh *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah skala *impulsive buying* dan skala *hoarding*. Populasi pada penelitian ini berjumlah 3.074 dengan sampel berjumlah 97 mahasiswa. Teknik penghitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (1960). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut : (1) mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang; (2) mahasiswa angkatan 2017.

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut : (1) tingkat *impulsive buying* pada mahasiswa berada pada kategori dengan dengan presentase sebesar 77.3% dengan jumlah 75 mahasiswa; (2) tingkat *hoarding* pada mahasiswa berada pada kategori rendah dengan presentase sebesar 55.7% dengan jumlah 54 mahasiswa; (3) Melalui hasil penelitian uji hipotesis diperoleh F hitung sebesar 3.615 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.06 ($0.06 > 0.05$). Hal ini memiliki makna bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel *impulsive buying* (X) terhadap variabel *hoarding* (Y).

Kata Kunci : *hoarding, impulsive buying*

ABSTRACT

Qonitatul Maghfiroh (2022). The Effect of Impulsive Buying on Hoarding on Students of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Thesis. Faculty of Psychology, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

Supervisor : Dr. Retno Mangestuti, M. Si.

Since the outbreak of the pandemic, people have spent more time at home, which makes them often make spontaneous purchases of goods under the pretext of need, or are tempted by product offers. Often these items are left unattended, unused, until their existence is forgotten. Piles of unused items piled up in several places, especially in areas where the owner does his daily activities. Hoarding is a behavior pattern that has a special characteristic where a person likes to collect various items, no matter whether the item is useful or not, and also the person finds it difficult and even refuses to throw away certain items that he no longer needs.

The aims of this study were: (1) to determine the level of impulsive buying in students at the State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang; (2) to determine the level of hoarding of students at the State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang; (3) to determine the effect of impulsive buying on hoarding of students at the State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang.

This study uses a quantitative approach. The instrument used in this research is the impulsive buying scale and hoarding scale. The population in this study amounted to 3,074 with a sample of 97 students. The technique of calculating the number of samples using the Slovin formula (1960). The sampling technique used purposive sampling with the following criteria: (1) students of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang; (2) 2017 class students.

From the research conducted, the following results were obtained: (1) the level of impulsive buying in students was in the category with a percentage of 77.3% with a total of 75 students; (2) the hoarding level of students is in the low category with a percentage of 55.7% with a total of 54 students; (3) Through the research results of hypothesis testing, it is obtained that the calculated F is 3.615 with a significance level of 0.06 ($0.06 > 0.05$). This means that there is no influence between the impulsive buying variable (X) on the hoarding variable (Y).

Keywords: hoarding, impulsive buying

مستخلص البحث

قائمة المغفرة (2022). تأثير الشراء الاندفاعي على الاكتناز لدى طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. البحث الجامعي. قسم علم النفس، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. 2022.

المشرفة: الدكتورة رتنو ماغستوتي الماجستير

منذ الوباء، يقضي الناس الكثير من الوقت في المنزل، مما يجعلهم غالبًا ما يشترون البضائع تلقائيًا بحجة الحاجة، أو يغريهم عرض الإنتاج. أحيانًا تترك هذه البضاعة، غير مستخدمة حتى ينسى وجودها. تراكمت أكوام من الأشياء غير المستخدمة في بعض الأماكن، خاصة في الأماكن التي يمارس فيها المالك أنشطته اليومية. اضطراب الاكتناز هو نمط سلوكي له الخصائص المحددة حيث يحب الشخص جمع البضائع المختلفة، لا يهم إذا كانت البضاعة مفيدة أم لا، وأيضًا يستصعب الشخص في ذلك حتى يرفض أن يرمي الأشياء المعينة التي لا توجد حاجة فعلية إليها.

أهداف هذا البحث هي: (1) لوصف مستوى الشراء الاندفاعي لدى طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. (2) لوصف مستوى الاكتناز لدى طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. (3) لوصف تأثير الشراء الاندفاعي على الاكتناز لدى طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

يستخدم هذا البحث مدخلا كميًا. الأدوات المستخدمة في هذا البحث هي مقياس الشراء الاندفاعي ومقياس الاكتناز. بلغ عدد المجتمع في هذا البحث 3.074 والعينة 97 طالبًا. أسلوب حساب عدد العينة باستخدام صيغة سلوفين (1960). استخدم أسلوب أخذ العينة أخذ العينة الهادف بالمعايير التالية: (1) طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. (2) طلبة مرحلة 2017.

من البحث الذي أجري، تحصل على النتائج التالية: (1) كان مستوى الشراء الاندفاعي لدى الطلاب في الفئة بنسبة 77.3% بإجمالي 75 طالبًا. (2) مستوى اكتناز الطلاب في الفئة المنخفضة بنسبة 55.7% بإجمالي 54 طالبًا؛ (3) من خلال نتائج البحث لاختبار الفرض، تحصل على أن F المحسوب هو 3.615 ومستوى المعنوية 0.06 ($0.05 < 0.06$). هذا يعني أن لا يوجد تأثير بين متغير الشراء الاندفاعي (X) على متغير الاكتناز (Y).

الكلمات الرئيسية: الاكتناز، الشراء الاندفاعي

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semenjak terjadinya pandemi, dilakukan pembatasan kegiatan di berbagai tempat untuk mencegah penularan virus. Masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu di rumah dan menghindari interaksi sosial, yang otomatis membatasi gerak mereka untuk melakukan berbagai aktivitas. Terlalu sering berada di rumah serta jarang melakukan kegiatan di luar rumah, membuat masyarakat kini memiliki kebiasaan baru yang berkaitan dengan hal tersebut. Sering melakukan kegiatan di dalam rumah, membuat masyarakat kerap kali melakukan pembelian barang dengan dalih sebagai salah satu kebutuhan ketika berada di rumah. Namun akhirnya barang-barang tersebut pun teronggok begitu saja, tak terpakai, hingga dilupakan keberadaannya oleh sang pemilik. Tumpukan barang yang tak terpakai pun mulai menggunung di beberapa tempat, khususnya di area yang menjadi tempat sang pemilik melakukan kegiatan sehari-hari. Menimbun atau menumpuk barang yang tidak memiliki nilai guna dan nilai fungsi bagi pemiliknya, merupakan salah satu bentuk perilaku negatif yang dapat dikatakan sebagai gangguan yang disebut *hoarding disorder* (Nurilmi, 2021).

Hoarding disorder merupakan pola perilaku yang memiliki ciri khusus dimana seseorang suka mengumpulkan berbagai barang, tidak peduli barang tersebut berguna atau tidak, dan juga seseorang tersebut merasa kesulitan bahkan menolak untuk membuang barang-barang tertentu yang bahkan sudah tidak ia gunakan lagi. Barang-barang yang dikumpulkan bisa dibilang tidak berharga, atau bahkan merupakan sampah yang harus dibuang, karena sudah tidak berguna lagi. Perilaku tersebut ternyata memiliki hubungan dengan adanya kebiasaan melakukan pembelian secara kompulsif, mengumpulkan barang-barang yang diperoleh secara gratis, ataupun mengumpulkan barang-barang yang dirasa unik, walaupun orang lain tidak memiliki perasaan seperti itu, misalnya seperti kartu perdana yang sudah

habis masa aktifnya, kotak barang dimana barang tersebut bahkan sudah tidak ada wujudnya (Kusumapradja, 2020).

Hoarding adalah suatu perilaku dimana seseorang memiliki keinginan untuk memperoleh sebuah benda serta mengalami kesulitan untuk membuang benda yang sudah tidak berguna lagi (Frost & Gross, 1993, p. 367). *American Psychiatric Association's (APA, 2000)* juga memberikan definisi terkait *hoarding*, yaitu ketidakmampuan untuk membuang benda-benda tidak berharga, bahkan ketika benda tersebut tidak memiliki nilai sentimental bagi pemiliknya (Frost & Steketee, 2014, p. 19). Kini, kriteria *hoarding* pun tidak dibatasi pada kesulitan untuk membuang barang-barang yang tidak berguna, namun juga kesulitan untuk melepaskan harta benda yang dimiliki, dengan cara apapun, misal dijual, disumbangkan, didaur ulang, ataupun dipinjamkan (Mataix-Cols et al., 2010) dalam (Frost & Steketee, 2014, p. 19). Barang-barang yang ditimbun tidak memiliki nilai sentimental, namun memiliki alasan sentimental mengapa barang tersebut tidak dapat dilepaskan oleh pemiliknya. *Hoarding* tidak terbatas pada penimbunan atau penyimpanan barang yang memiliki nilai sentimental saja, melainkan adanya perasaan kesulitan untuk melepaskan barang-barang tertentu yang juga memiliki alasan sentimental bagi individu itu sendiri. *Hoarding* merupakan suatu kebiasaan yang bisa menjadi sebuah perilaku, jika tidak adanya keinginan untuk memperbaiki atau merubah hal tersebut.

Hoarding merupakan perilaku negatif yang mana akan berlanjut menjadi *disorder* atau gangguan jika tingkatnya semakin parah. Seseorang yang memiliki gangguan mengumpulkan benda, hewan, ataupun sampah secara kompulsif dapat memengaruhi kualitas hubungan, kesehatan, dan kesejahteraan mereka secara keseluruhan. Saat ini, para peneliti percaya bahwa penimbunan kompulsif dapat memengaruhi 1 dari 50 orang, tetapi berdampak pada 1 dari 20 orang. Hal tersebut selaras dengan pendapat dari *National Alliance on Mental Illness (NAMI)* atau Aliansi Nasional Penyakit Mental Massachusetts, bahwa sebanyak 5 persen populasi di dunia menunjukkan gejala klinis berupa diagnosa terhadap *hoarding* (Village,

2020). Jika tidak diobati, *hoarding disorder* dapat berdampak luas dan merugikan pada setiap aspek kehidupan seseorang. Perilaku penimbunan dengan objek jenis apapun, baik sampah, makanan, barang, atau bahkan hewan dapat menciptakan sebuah ancaman serius terhadap keselamatan diri sendiri, serta menimbulkan risiko terjadinya kebakaran akibat barang-barang yang ditimbun (Hombali, et al., 2019, p. 104).

Beberapa contoh konsekuensi atau dampak dari perilaku penimbunan antara lain, kurangnya ruang kosong yang seharusnya dapat digunakan untuk melakukan kegiatan sehari-hari, namun terhalang dikarenakan dipenuhi oleh barang-barang yang ditimbun. Hal tersebut dapat membuat penimbun berada pada lingkungan yang tidak sehat yang kemudian mengarah kepada hal yang berbahaya. Penimbun juga lebih suka menggunakan peralatan apa adanya di dalam rumah, dikarenakan mereka tidak mengizinkan orang lain untuk memasuki rumah dengan tujuan membenarkan peralatan tersebut, terdapat ketakutan akan pandangan orang lain terhadap lingkungan yang ditinggali saat itu. Selain itu, kebiasaan menimbun juga dapat menyebabkan timbulnya rasa marah, rasa benci, hingga depresi di antara anggota keluarga yang kemudian berpengaruh terhadap perkembangan sosial anak, dikarenakan kebiasaan satu anggota. Kondisi tempat tinggal yang tak layak huni juga dapat menimbulkan perpisahan atau perceraian, pengusiran, atau bahkan kehilangan hak asuh anak dalam keluarga (Neziroglu, 2021). Masalah-masalah yang berawal dari kebiasaan menimbun oleh seseorang, dapat merebak dan memengaruhi anggota keluarga, tetangga, maupun individu lain.

Fenomena *hoarding* terjadi di semua belahan dunia, tak terkecuali di Indonesia. Mulai dari sekadar perilaku, hingga menjelma menjadi gangguan pada individu. Perilaku *hoarding* juga dialami oleh beberapa mahasiswa yang sedang melakukan studi di kota Malang. Peneliti melakukan wawancara terhadap 5 orang mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang sedang berada di semester akhir dengan inisial E, D, V, Z, dan F. Peneliti melakukan wawancara tidak langsung melalui aplikasi *chatting* yang ada di dalam ponsel dengan pertanyaan yang berhubungan

dengan perilaku *hoarding*. Wawancara dilaksanakan mulai tanggal 30 November 2021 hingga 2 Desember 2021 dengan rentang waktu yang berbeda, menyesuaikan dengan saat luang subjek. Berikut ini hasil wawancara peneliti dengan subjek yang telah dirangkum pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Hasil Wawancara

Nama	Jenis Kelamin	Usia (Th)	Jenis Barang	Sejak Kapan	Alasan
E	Laki-Laki	22	Kotak bekas barang	Sejak SMA	Apresiasi atas hal yang kita beli sendiri
D	Perempuan	22	Baju, sepatu, buku, aksesoris	Sejak SMP	Masih sayang dengan barang barangnya
V	Perempuan	23	Box kado, box skincare	Sudah lama	Sayang untuk dibuang, terlalu banyak kenangan
Z	Perempuan	23	Buku, baju, aksesoris, sandal, sepatu	Sejak SD	Karena sekarang gak butuh tapi lain hari masih dibutuhkan
F	Perempuan	22	Buku mulai SD sampe kuliah, kantong/kotak barang	Yaa sejak SD	<i>Emaaannn...</i> (Sayang), takut suatu saat butuh, biar tidak perlu beli/cari lagi

Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek, didapatkan hasil bahwa subjek telah memiliki kebiasaan berupa perilaku *hoarding* sejak lama. Ada yang sejak SD, SMP, SMA, atau bahkan lupa sejak kapan memiliki kebiasaan tersebut. Terhitung saat ini subjek menginjak bangku perkuliahan semester akhir, maka rentang waktu tersebut bisa dibilang cukup lama. Jenis barang yang ditimbun atau dikumpulkan pun bervariasi. Ada yang suka menyimpan boks atau kotak barang yang telah dibeli, baju, sandal, sepatu, aksesoris seperti gelang atau jam tangan, serta buku. Alasan subjek masih menimbun atau menyimpan barang-barang tersebut, yang sebetulnya sudah tidak memiliki nilai guna, antara lain karena merasa dengan menyimpan barang tersebut, subjek memiliki rasa bangga atas pencapaiannya dapat membeli

suatu barang yang memang diinginkan. Kebanyakan memberikan alasan bahwa masih menyayangi barang-barang tersebut, karena mungkin terdapat kenangan khusus antara subjek dengan barang yang dimiliki. Beberapa yang lain juga mengatakan bahwa dengan menyimpan barang-barang dan tidak membuangnya, suatu saat jika memerlukan, tidak sulit untuk mencari ataupun harus membeli lagi.

Ketika ditanya, siapa yang mengetahui kebiasaan *hoarding* yang dilakukan oleh subjek, beberapa menjawab keluarga, saudara, serta teman terdekat. Namun ada juga yang mengatakan tidak ada yang mengetahui kebiasaan yang dimiliki subjek. Barang-barang yang ditimbun atau dikumpulkan oleh subjek disimpan dengan cara bervariasi, ada yang diletakkan begitu saja, ada juga yang disimpan di tempat tertentu. Pada saat terdapat pertanyaan mengenai bagaimana subjek hidup dikelilingi dengan berbagai barang tersebut, subjek menjawab bahwa barang-barang tersebut telah disimpan pada tempat tertentu, jadi tidak terasa mengganggu bagi subjek. Ada juga yang menjawab bahwa barang-barang tersebut mampu membangkitkan semangat subjek sebagai tanda pencapaian diri. Ada subjek yang menjawab jika barang tersebut telah memenuhi tempat tinggalnya, bisa saja tinggal dibuang, namun dia masih belum berada di fase tersebut. Yang terakhir, ada subjek yang sebenarnya merasa risih dengan keberadaan barang-barang tersebut, namun dia takut dimarahi oleh ibunya, jika membuang barang yang dirasa suatu saat akan dibutuhkan. Ketika ditanya mengenai perasaan subjek mengenai keberadaan barang yang tidak terpakai, jawabannya pun bervariasi. Ada yang menjawab biasa saja, karena sudah terbiasa, jadi tidak merasa terganggu. Ada yang menjawab merasa risih, jika barang berada dalam kondisi berantakan, ada juga yang risih, namun tidak bisa berpisah dengan barang tersebut, karena ada sentuhan emosional antara subjek dengan barang tersebut.

Pada studi yang pernah terjadi, alasan seseorang melakukan penimbunan dikategorikan berdasarkan jenis motivasi, yaitu instrumental dan sentimental (Frost & Gross, 1993, p. 367). Para penimbun kompulsif, atau dalam hal ini adalah seseorang yang memiliki kebiasaan menimbun (*hoarding*) ketika diberikan

pertanyaan yang berkaitan dengan *hoarding* lebih memikirkan alasan untuk menyimpan suatu barang, tetapi mereka cenderung tidak terlalu memikirkan alasan untuk membuang suatu barang (Frost, et al., 1998, p. 658).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hombali, et al., 2019, p. 105) ada beberapa faktor yang dapat memicu seseorang dalam melakukan penimbunan, antara lain : (1) peristiwa traumatis. Definisi dari peristiwa traumatis adalah adanya insiden yang menyebabkan terjadinya kerusakan fisik, emosional, ataupun yang memengaruhi psikologis seseorang selama keberlangsungan hidupnya; (2) asosiasi genetik. Asosiasi genetik berhubungan dengan informasi genetika individu dan riwayat genetika keluarga; (3) variabel emosional. Variabel emosional yang dihipotesiskan berhubungan dengan penimbunan, antara lain kecemasan, depresi, rasa tertekan, kontrol diri, impulsif, antropomorfisme, serta variabel lain; dan (4) mekanisme saraf atau neurokognitif. Neurokognitif atau gangguan neurokognitif dalam hal ini adalah kondisi sistem saraf pusat yang menyebabkan deficit progresif dalam ranah memori dan kognisi. Dari keempat faktor tersebut, faktor (2) dan (4) merupakan faktor yang merujuk pada kondisi fisik seseorang, sedang faktor (1) dan (3) merupakan faktor yang mengarah pada kondisi psikis seseorang.

Dilakukan survey kepada 42 mahasiswa dengan menggunakan HRS-I (*Hoarding Rating Scale Interview*) (Tolin, Frost, & Steketee, 2010, p. 151). Berikut ini data hasil survey dengan subjek sebanyak 42 mahasiswa.

Tabel 1.2 Hasil Survey

Aspek	Kategori Rendah		Kategori Tinggi	
	Jumlah Subjek	Presentase (dalam persen)	Jumlah Subjek	Presentase (dalam persen)
Kekacauan	16	38	26	62
Kesulitan membuang	23	55	19	45
Memiliki banyak barang	18	43	24	57
Mengalami tekanan emosional	20	48	22	52
Mengalami gangguan fungsional	18	43	24	57

Dari kelima aspek pada skala tersebut, 4 diantaranya memiliki presentase yang lebih banyak untuk kategori tinggi daripada kategori rendah. Pada aspek pertama, 26 subjek mengaku mengalami kesulitan dalam melakukan kegiatan di dalam kamar dikarenakan kondisi kamar yang kacau, sedangkan 16 subjek mengaku tidak merasa kesulitan. Untuk aspek kedua, 23 subjek mengatakan tidak memiliki masalah terkait membuang barang-barang yang menurutnya sudah tidak berguna, sedangkan 19 subjek mengaku masih mengalami kesulitan untuk membuang barang-barang tertentu. Dan untuk aspek ketiga, 24 subjek mengatakan mudah menyimpan barang yang didapatkan secara gratis, ataupun seringkali membeli barang dengan jumlah lebih daripada yang dibutuhkan, sedang 18 sisanya mengatakan jarang sekali melakukan hal tersebut. Sedang pada aspek keempat, 22 subjek mengaku mengalami tekanan emosional akibat kondisi ruangan yang berantakan, dan untuk 20 sisanya tidak terlalu merasakan hal tersebut. Aspek terakhir, 24 subjek merasakan terdapat gangguan untuk melakukan rutinitas sehari-hari dikarenakan kondisi lingkungan yang kacau atau kesulitan dalam menyortir barang yang seharusnya dibuang, dan 18 sisanya mengatakan tidak merasakan gangguan yang berarti atas hal tersebut.

Seseorang memiliki kedekatan terhadap suatu objek berupa benda mati, dimana hal itu dapat disebabkan oleh nilai sentimen, atau bahkan nilai simbolis pada objek tersebut (Busch, 2004) dalam (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015, p. 7). Dalam hal ini terkadang seseorang tidak dapat dengan mudahnya membuang suatu benda, karena adanya sejarah atau nilai yang terkandung pada benda tersebut. Misalnya, seorang anak menyimpan barang-barang peninggalan orangtuanya yang telah meninggal dunia, seberapa lama usia benda tersebut atau telah hilangnya nilai guna pada benda tersebut, tidak membuatnya memiliki niat untuk membuangnya. Seseorang tampaknya telah menerima gagasan bahwasanya setiap hal memiliki kehidupan sendiri, dan hal itu adalah awal mula dari adanya hubungan emosional dengan benda mati, yang menyebabkan adanya keintiman antara manusia dengan

benda-benda tersebut (Busch, 2004) dalam (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015, p. 7).

Kedekatan seseorang dengan objek berupa barang atau benda, menyebabkan timbulnya perasaan sulit untuk berpisah dengan benda tersebut, atau dalam hal ini membuang benda-benda tertentu. Kellet et al (2010) dalam (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015, p. 32) mengidentifikasi tiga nilai utama, yaitu : (1) nilai intrinsik : sesuatu yang berharga; (2) nilai instrumental : nilai yang menyebabkan suatu benda memiliki kegunaan di masa yang akan datang; dan (3) nilai sentimental : nilai yang berhubungan dengan harta benda. Dari hasil wawancara dengan subjek, beberapa benda mengandung nilai instrumental dan nilai sentimental bagi subjek. Beberapa benda yang memiliki nilai instrumental, misalnya buku, baju, aksesoris, sandal, sepatu, atau kotak barang, yang sudah tidak mereka gunakan lagi saat ini, namun mereka simpan karena mereka yakin barang tersebut akan dapat digunakan di masa nanti. Jenis barang lain juga dapat dikatakan memiliki nilai sentimental, karena walaupun subjek tahu barang tersebut sudah tidak memiliki nilai guna, tapi tidak juga mereka buang, karena beberapa memiliki hubungan dan kenangan tersendiri dengan diri mereka, seperti menjadi bukti atas pencapaian mereka selama ini, ataupun justru masih memiliki perasaan sayang terhadap benda-benda tersebut.

Dari beberapa penjelasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan manusia dengan benda terbilang sangat kompleks, yang mungkin menyebabkan mereka tidak dapat berpisah dengan benda tertentu. Banyak seseorang yang melakukan penimbunan benda, namun berdalih bahwa yang mereka lakukan adalah mengumpulkan atau mengkoleksi suatu benda. Ada lima karakteristik utama yang harus dimiliki seseorang agar dapat dikatakan sebagai seorang kolektor (Subkowski, 2006) dalam (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015, p. 8) : (1) melakukan proses pencarian, pemilihan, serta penempatan benda yang diinginkan; (2) pengumpulan benda bersifat sistematis dan terbatas pada area atau posisi yang telah ditentukan; (3) memiliki ketertarikan terhadap latar belakang dari benda yang dikoleksi (misalnya informasi sekunder); (4) komponen afektif yang menonjol

(misalnya memiliki semangat untuk mengoleksi benda tersebut); dan (5) perilakunya bersifat jangka panjang. Salah satu perbedaan antara seorang penimbun dengan seorang kolektor adalah kolektor memiliki minat untuk saling berbagi tentang benda yang mereka koleksi dengan orang lain. Kolektor juga melakukan kegiatan yang berkaitan dengan benda yang mereka koleksi, seperti berdagang suatu item, tukar-menukar, menyelami pasar *online*, ataupun pameran khusus untuk berburu item khusus yang belum mereka miliki. Sedangkan sebaliknya, seorang penimbun memiliki kemungkinan kecil untuk saling menceritakan minat terhadap orang lain (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015, p. 9).

Pada sesi wawancara dengan subyek, beberapa subyek mengatakan seringkali melakukan pembelian barang dikarenakan faktor promosi penjualan yang dilakukan oleh pihak produsen atau pemasar produk seperti diskon, *cashback*, gratis produk, yang kemudian menyebabkan subjek tidak berpikir panjang untuk melakukan pembelian. Akibat dari adanya pembelian yang berlangsung secara spontan dan tanpa ada rencana sebelumnya, dan juga barang yang dibeli pun bukan merupakan barang yang dibutuhkan atau diperlukan, membuat barang tersebut berakhir menumpuk tak terpakai. Tujuan awal dari pembelian produk tersebut adalah untuk memuaskan emosi sesaat subyek yang akhirnya berakhir sia-sia. Berawal dari kebiasaan membeli sesuatu secara spontan dikarenakan keinginan subyek, akhirnya timbul perilaku *hoarding* atau menimbun, dikarenakan banyaknya barang yang tidak diperlukan namun dimiliki oleh subyek. Subyek pun merasa barang tersebut terlalu sayang untuk dibuang, yang akhirnya membuat subyek kerap menumpuk dan menyimpan barang tersebut, tanpa menggunakannya.

Salah satu aspek dari perilaku *hoarding* yaitu *excessive acquisition* atau yang memiliki arti memiliki banyak barang. Seseorang yang memiliki perilaku *hoarding* biasanya memiliki banyak benda, dalam artian memperoleh objek berupa benda secara berlebihan daripada umumnya, seperti melakukan pembelian barang lebih banyak dari yang sewajarnya serta menyimpan banyak barang yang didapatkan secara gratis dan tidak berniat untuk membuangnya, padahal barang tersebut sudah

tidak memiliki nilai guna. Sedangkan pengertian dari pembelian impulsif adalah suatu pembelian yang spontan, tidak terencana, dan terjadi begitu saja. Barang-barang yang dibeli pun biasanya bukan merupakan barang yang dibutuhkan saat itu, terkadang konsumen memutuskan membeli karena faktor internal berupa emosi atau keinginan semata, maupun faktor eksternal seperti kondisi produk, *display*, keadaan toko, atau adanya promosi penjualan dari pihak penjual. Barang-barang yang dibeli secara impulsif biasanya tak terpakai dan pada akhirnya menumpuk begitu saja, hal tersebut dapat memicu terjadinya perilaku *hoarding*.

Pembelian impulsif (*Impulsive buying*) atau pembelian spontan merupakan salah satu pola perilaku konsumen berupa kegiatan pembelian suatu produk tertentu tanpa direncanakan terlebih dahulu. Perilaku tersebut biasanya timbul karena dipengaruhi oleh sebetulnya rasa penasaran, suasana hati saat itu, kondisi lingkungan toko, *display* (penataan barang) atau untuk pembelian secara *online* bisa diumpamakan sebagai foto produk yang ditampilkan oleh penjual di *marketplace*, serta berbagai bentuk promosi yang ditawarkan (Yahmini, 2019, p. 42). Pembelian impulsif (*impulsive buying*) merupakan salah satu perilaku konsumen yang didasarkan pada faktor emosi semata, tanpa memperhitungkan faktor sosial maupun interaksi dalam proses pengambilan keputusan dalam melakukan suatu pembelian (Arifianti & Gunawan, 2020, p. 51). Pembelian impulsif merupakan salah satu pola perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dari konsumen, dimana terbentuknya keputusan pembelian spontan tanpa adanya perencanaan (Maryam & Wahyuningsih, 2018, p. 10). Menurut Thai (2003) dalam (Herliyani, 2017, p. 5), ada beberapa faktor yang menstimulus atau memengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian impulsif, antara lain : (1) kondisi *mood* serta emosi seseorang; (2) pengaruh lingkungan yang memiliki kecenderungan melakukan pembelian impulsif; (3) jenis, tampilan, tatanan produk, maupun dekorasi di dalam toko; (4) variabel demografis seperti halnya kondisi tempat tinggal serta status sosial seseorang; dan (5) variabel kepribadian individu.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh *impulsive buying* terhadap *hoarding*. Peneliti memutuskan untuk memilih variabel *impulsive buying* dikarenakan melihat ada keterkaitan antara beberapa aspek pada kedua variabel. Peneliti ingin mengetahui, apakah *impulsive buying* dapat memberikan pengaruh terhadap munculnya perilaku *hoarding* pada penggunanya.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengulas lebih dalam lagi mengenai permasalahan dan fenomena tersebut. Peneliti memutuskan untuk mewujudkan hasil penelitiannya dengan judul “Pengaruh *Impulsive Buying* terhadap *Hoarding* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat *impulsive buying* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagaimana tingkat *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

C. Tujuan Penelitian

Ditilik dari rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian yaitu, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat *impulsive buying* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk mengetahui tingkat *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian yaitu, sebagai berikut :

1. Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan rujukan dalam ilmu pengetahuan di bidang psikologi, khususnya di bidang psikologi industri dan organisasi (PIO) untuk variabel *impulsive buying*, serta bidang psikologi klinis untuk variabel *hoarding*. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan suatu pandangan mengenai keterkaitan antar variabel dalam lintas bidang psikologi.

2. Praktis

Penelitian ini dapat memperluas wawasan serta pengetahuan bagi segenap pembaca, untuk memahami mengenai fenomena *hoarding* yang mungkin jarang terdengar, namun nyatanya ada di sekitar kita. Pembaca juga mendapatkan pemahaman mengapa seseorang mengalami perilaku *hoarding*. Selain itu, pembaca juga dapat mengetahui apakah ada pengaruh antara pembelian impulsif terhadap perilaku *hoarding*. Kedua hal yang mungkin terdengar asing bagi pembaca, namun nyatanya dekat dengan kehidupan bermasyarakat kita.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Hoarding*

1. Pengertian *Hoarding*

Hoarding (menimbun) merupakan bentuk perilaku yang bermasalah, dimana individu secara aktif memperoleh sejumlah besar barang (dan atau hewan, pada beberapa kasus tertentu), tidak membuang ataupun menggunakannya, dan memutuskan untuk menyimpannya dengan sedemikian rupa, sehingga hal tersebut dapat mengganggu kehidupan sehari-hari mereka (Frost & Steketee, 1998) dalam (Frost, Steketee, & Williams, 2000, p. 229). Steketee (2000) dalam (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015, p. 6) menuturkan mengenai pengertian *hoarding*, yaitu merupakan seseorang yang memiliki kesulitan dengan kriteria sebagai berikut : (1) dorongan untuk memperoleh barang tertentu, serta kesulitan untuk membuang barang tertentu; (2) ruangan yang digunakan sehari-hari dipenuhi oleh banyak benda, sehingga penggunaan ruang menjadi terbatas; dan (3) terdapat distress terkait yang signifikan, dan atau gangguan fungsional. Dia tidak harus mengalami kedua hal tersebut.

Hoarding (menimbun) sekarang mulai diakui sebagai salah satu kesulitan dalam kesehatan mental manusia yang memiliki dampak besar pada kemampuan seseorang dalam melakukan kegiatan sehari-hari, serta juga dapat menyebabkan kesulitan bagi orang lain yang tinggal bersama, atau bekerja dengan seseorang yang memiliki perilaku *hoarding* (menimbun) (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015, p. 6). *Hoarding* (menimbun) merupakan perilaku yang tidak terbatas pada manusia saja. Namun, tidak ada spesies lain, yang lebih mendekati manusia mengenai bagaimana mereka menggantungkan hidup mereka melalui sebuah benda.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa *hoarding* merupakan salah satu kebiasaan seseorang untuk menyimpan sesuatu berupa barang yang terkadang tidak ia gunakan, selain itu ia juga memiliki kesulitan dalam membuang barang-barang tersebut, yang akhirnya membuat tempat tinggalnya memiliki ruang gerak terbatas dikarenakan keberadaan barang-barang tersebut. Kebiasaan tersebut dapat menyebabkan aktivitas sehari-hari individu terganggu, juga dapat memunculkan gangguan terkait kesehatan mental. *Hoarding* tidak hanya memiliki dampak terhadap penggunanya, namun juga dapat memengaruhi individu lain yang berhubungan dengan penggunanya, misal seseorang yang tinggal dengannya, ataupun seseorang yang menjadi rekan kerjanya.

2. Dimensi *Hoarding*

Peneliti memutuskan untuk mengukur variabel dengan berpedoman pada komponen atau dimensi *hoarding* pada *Saving Inventory-Revised* yang bersumber pada (Frost, Steketee, & Grisham, 2004, p. 1177). Komponen atau dimensi *hoarding* yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

a. *Excessive Clutter* (kekacauan yang berlebihan)

Memiliki barang dalam jumlah yang banyak memiliki kemungkinan dapat bertambah setiap saat. Sesuatu yang di awal dianggap sebagai barang yang masuk akal, kian lama memenuhi ruangan, dan membuat ruangan menjadi kacau dan berantakan. Hal tersebut dapat menyebabkan individu kesulitan untuk mengetahui letak barang-barang yang hendak digunakan. Sangat sulit untuk mengelompokkan atau menyortir barang-barang yang ada di sana. Tidak ada ruang yang cukup untuk sekadar membereskan sekumpulan barang-barang tersebut.

b. *Difficulty Discarding* (kesulitan untuk membuang)

Kesulitan untuk membuang maupun menghindari keinginan untuk membuang barang-barang yang tidak diperlukan merupakan salah satu

aspek yang menyebabkan berkembangnya perilaku *hoarding* (Kellet et al., 2010) dalam (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015, p. 13). Membuang barang ke tempat sampah sesuai tujuan, melakukan daur ulang untuk benda-benda yang sudah tak terpakai, atau memberikan barang milik sendiri kepada orang lain merupakan salah satu kesulitan yang dialami oleh *hoarder* (penimbun).

c. *Excessive Acquisition* (memiliki banyak barang)

Awalnya, memiliki banyak barang bukan menjadi penyebab timbulnya banyak kesulitan, namun ditambah dengan kurangnya ruang dan kesulitan dalam membuang sesuatu, memiliki banyak barang dapat menyebabkan timbulnya rasa ingin menyimpan segala yang dimiliki, dan hal tersebut pun memengaruhi gaya hidup. *Hoarder* (penimbun) juga mengalami dorongan secara kompulsif untuk memiliki barang-barang yang dimana orang lain menganggap hal tersebut sebagai sampah, ditambah lagi ada kemungkinan *hoarder* juga memiliki kecenderungan dalam hal pembelian kompulsif.

B. *Impulsive Buying*

1. Pengertian *Impulsive Buying*

Impulsive buying atau pembelian spontan atau tidak terencana adalah suatu perilaku ketika seorang konsumen melihat suatu produk, dan kemudian tertarik untuk melakukan pembelian spontan tanpa memikirkan terlebih dahulu konsekuensi atas perbuatannya (Irwansyah, et al., 2021, p. 260). Ketika konsumen tidak memiliki rencana untuk membeli suatu produk, lalu tiba-tiba tergerak untuk membeli suatu produk dikarenakan promosi yang menarik hati, hal tersebut dapat dinamakan perilaku pembelian impulsif.

Pembelian impulsif menurut Utami dalam (Lumintang, 2012, p. 2) adalah suatu bentuk pembelian yang terjadi ketika calon konsumen melihat suatu produk baik barang dan jasa, merek atau *brand* tertentu, dan kemudian

memutuskan untuk membeli produk tersebut dikarenakan stimulus yang diperoleh dari toko tersebut. Jika direlevansi dengan kondisi masa kini, pembelian impulsif juga dapat terjadi pada toko *online* dengan cara yang sama. Pembelian impulsif terjadi ketika konsumen mengalami suatu kejadian spontan, mendadak, tak direncanakan, yang akhirnya menimbulkan motivasi dan dorongan kepada konsumen agar melakukan pembelian terhadap suatu produk yang dilihatnya. Rook (1987) dalam (Mittal, Chawla, & Sondhi, 2016, p. 207) berpendapat bahwa proses perilaku pembelian impulsif disebabkan oleh dorongan yang sifatnya tiba-tiba, bersifat kuat, serta terus-menerus dengan tujuan agar konsumen dapat membeli sesuatu dengan segera, atau saat itu juga.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat diambil kesimpulan jika pembelian impulsif merupakan suatu pola perilaku konsumen yang bersifat spontan, tak terencana, serta tak terduga yang melibatkan emosi konsumen untuk segera melakukan pembelian dikarenakan suatu stimulus tertentu dari pihak penyedia produk. Pembelian impulsif biasanya meliputi suatu barang atau produk yang tidak direncanakan untuk dibeli. Perilaku pembelian impulsif merupakan sesuatu yang datangnya tidak terduga bagi konsumen, memiliki daya tarik yang kuat dan dilakukan secara terus-menerus sampai konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian, sesuai tujuan awal pemasar produk.

2. Komponen atau Dimensi *Impulsive Buying*

Peneliti memutuskan untuk mengukur variabel dengan berpedoman pada komponen atau dimensi pembelian impulsif yang telah digunakan oleh (Coley & Burgess, 2003, p. 283). Komponen atau dimensi pembelian impulsif yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

a. Aspek afektif

Aspek afektif di sini merupakan bentuk stimulasi emosional yang menyebabkan timbulnya perasaan senang dan bahagia setelah

melakukan kegiatan pembelian impulsif (Herabadi, Verplanken, & Knippenberg, 2009, p. 27).

Komponen atau dimensi afeksi memiliki tiga indikator, yang terdiri dari :

1. *Irresistible urge to buy* (merupakan keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan)

Keinginan tersebut bersifat instan, mampu menarik hati konsumen sehingga tidak mudah untuk diabaikan. Sub-indikatornya yaitu :

- a. Selalu membeli sesuatu jika menyukainya
- b. Cenderung memutuskan untuk membeli sesuatu ketika melihatnya secara spontan

2. *Positive buying emotions* (emosi positif dalam melakukan pembelian).

Indikator tersebut mengacu pada suasana hati positif yang terbentuk oleh motivasi pemuasan diri yang bersumber dari pembelian impulsif. Sub-indikatornya yaitu :

- a. Ada kepuasan tertentu setelah membeli sesuatu
- b. Merasa bersemangat setelah melakukan pembelian

3. *Mood management* (kondisi suasana hati).

Munculnya perilaku pembelian impulsif sebagian didorong oleh keinginan untuk mengelola perasaan atau suasana hati. Sub-indikatornya yaitu :

- a. Membeli sesuatu karena ingin, bukan butuh
- b. Membeli untuk menghilangkan stress
- c. Ada perasaan senang dan bersalah ketika membeli sesuatu tanpa rencana

b. Aspek Kognitif

Aspek kognitif dalam hal ini memiliki makna bahwa perilaku pembelian impulsif yang dilakukan tanpa melewati perencanaan atau pemikiran

matang, serta fungsi dan tujuan pembelian dalam jangka panjang (Herabadi, Verplanken, & Knippenberg, 2009, p. 27).

Komponen atau dimensi kognisi yang terdiri dari tiga aspek, yaitu :

1. *Cognitive deliberation* (pertimbangan).

Indikator ini mengacu pada adanya dorongan tiba-tiba untuk melakukan sesuatu tanpa pertimbangan sebelumnya, serta evaluasi konsekuensi atas tindakan tersebut. Sub-indikatornya yaitu : Membeli tanpa melakukan pertimbangan terlebih dahulu

2. *Unplanned buying* (pembelian tak terencana).

Indikator tersebut mengacu pada kurangnya perencanaan yang jelas akan suatu pembelian. Sub-indikatornya yaitu :

- a. Membeli sesuatu yang disukai ketika melihatnya
- b. Membeli sesuatu yang tidak direncanakan

3. Karakteristik *Impulsive Buying*

Menurut Rook dalam (Ginting, 2019, p. 14), pembelian impulsif memiliki beberapa karakteristik, diantaranya :

- a. *Spontaneity*. Pembelian impulsif bersifat spontan, yaitu terjadi begitu saja tanpa adanya suatu perencanaan pembelian terhadap suatu produk oleh konsumen, dikarenakan stimulus yang dilakukan oleh pihak pengelola produk.
- b. *Power, compulsion, dan intensity*. Yaitu munculnya suatu dorongan untuk melakukan tindakan secara cepat, hingga mengabaikan hal lain.
- c. *Excitement, dan simulation*. Suatu keinginan untuk membeli sesuatu secara mendadak, biasanya dipengaruhi oleh faktor emosi.
- d. *Disregard for consequences*. Suatu keinginan untuk membeli suatu produk yang sudah tidak bisa diabaikan, sehingga konsekuensi atau akibat negatif yang timbul pun tidak dihiraukan.

4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Terjadinya *Impulsive Buying*

Faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan pembelian impulsif dalam kegiatan berbelanja menurut Loudon dan Bitta (1993) dalam (Ntuna, 2015, p. 7), antara lain :

- a. Produk yang memiliki karakteristik harga murah, kebutuhan kecil atau marginal, produk jangka pendek, produk yang berukuran kecil, serta letak toko yang mudah dijangkau.
- b. Pemasaran atau *marketing*, dalam hal ini meliputi distribusi dalam bentuk *outlet* dengan sistem *self service*, iklan melalui media massa yang memberikan sugesti dan bersifat kontinyu (terus-menerus), penawaran produk di titik penjualan, dan posisi *display* dan lokasi toko yang menonjol.
- c. Karakteristik pada diri konsumen, seperti halnya kepribadian, jenis kelamin, sosial demografi, maupun karakteristik dari segi sosial-ekonomi.

5. Tipe-tipe *Impulsive Buying*

Ada empat tipe pembelian impulsif secara umum (Loudon & Bitta, 1993, p. 567), yaitu :

- a. Pembelian impulsif murni (*pure impulse*).
Pembelian impulsif secara murni merupakan suatu dorongan untuk membeli suatu produk baru, variasi baru, ataupun produk yang di luar kebiasaan pembelian bagi seseorang.
- b. Pembelian impulsif dikarenakan sugesti (*suggestion impulse*)
Pembelian impulsif dikarenakan sugesti merupakan pembelian impulsif yang disebabkan oleh munculnya sugesti maupun motivasi disertai pemberian saran terhadap seseorang baik melalui iklan, promosi terselubung, pramuniaga toko, maupun dari mulut ke mulut.
- c. Pembelian impulsif karena pengalaman masa lalu (*reminder impulse*)

Pembelian impulsif karena pengalaman masa lalu merupakan pembelian impulsif yang disebabkan oleh dorongan yang seketika hadir ketika konsumen melihat suatu produk yang mengingatkannya pada hal terkait produk tersebut di masa lalu, seperti iklan atau keterangan lain.

d. Pembelian impulsif yang direncanakan (*planned impulse*)

Pembelian impulsif yang direncanakan merupakan pembelian impulsif yang terjadi ketika terdapat intensi dari perusahaan terkait produk, seperti halnya pemberian diskon, *cashback*, *free product* maupun bentuk iming-iming lain yang digunakan untuk memikat konsumen. Dorongan konsumen untuk melakukan pembelian didasarkan pada bentuk promosi dari perusahaan terhadap produk, bukan berdasar pada produk yang hendak dibeli.

C. Pengaruh *Impulsive Buying* terhadap *Hoarding*

Hoarding merupakan suatu perilaku ketika seseorang memiliki keinginan untuk memperoleh sebuah benda serta mengalami kesulitan untuk membuang benda yang sudah tidak berguna lagi (Frost & Gross, 1993, p. 367). *Hoarding* merupakan perilaku yang dapat berkembang menjadi sebuah gangguan, apabila hal tersebut mampu menyebabkan tekanan emosional, ataupun gangguan fungsional, yang menyebabkan seseorang tidak leluasa dalam melakukan kegiatan sehari-hari, atau bahkan dapat mengganggu kehidupan manusia lain yang terhubung langsung. Perilaku tersebut bisa berdampak pada banyak hal, antara lain mengganggu kualitas hidup, menyebabkan stress, maupun mengganggu kehidupan sosial dan pekerjaan seseorang.

Konsep mengenai kepemilikan benda sebagai bagian dari diri manusia ditetapkan pada usia dua tahun (Jenike, Baer, & Minichiello, 1998, p. 533). Pada masa kanak-kanak, manusia dapat memiliki hubungan yang cukup intens dengan objek berupa benda. Begitupun pada masa remaja, benda seolah menjadi penopang bagi diri sendiri (Jarrett, 2013) dalam (Jenike, Baer, & Minichiello, 1998, p. 535).

Dalam hal ini memiliki makna bahwa remaja menganggap harta benda sebagai salah satu bentuk kesuksesan pada masanya. Kepemilikan akan suatu benda seolah-olah diibaratkan sebagai bentuk cerminan mengenai diri manusia. Hal tersebut berlanjut hingga manusia menginjak masa dewasa. Bahkan ketika manusia berada di usia senja, atau berada di masa tua, benda memiliki peran lebih penting dari masa sebelumnya, yaitu sebagai media dalam melakukan refleksi kehidupan, media nostalgia, maupun media tempat kita merasa nyaman berada di dekatnya (Jenike, Baer, & Minichiello, 1998, p. 536). Kesimpulannya adalah, benda dan manusia memiliki suatu ikatan penting, dimana setiap berpindah masa, maka keberadaan benda tersebut memiliki arti yang berbeda.

Salah satu aspek dari perilaku *hoarding* yaitu *excessive acquisition* atau yang memiliki arti memiliki banyak barang. Seseorang yang memiliki perilaku *hoarding* biasanya memiliki banyak benda, dalam artian memperoleh objek secara berlebihan daripada umumnya, yaitu : (1) Membeli barang tidak berdasar kebutuhan; (2) Melakukan pembelian barang lebih banyak dari yang sewajarnya; dan (3) Menyimpan banyak barang yang didapatkan secara gratis yang sudah tidak memiliki nilai guna.

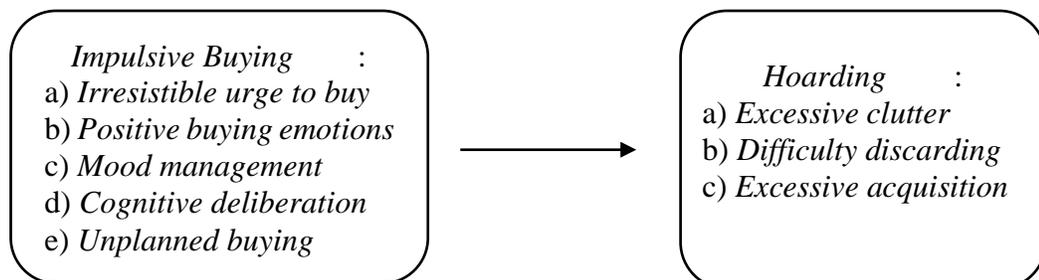
Pembelian impulsif merupakan salah satu pola perilaku konsumen yang sifatnya tidak terencana yang keberadaannya sulit untuk dihilangkan, meliputi pembelian suatu produk, serta dapat terjadi pada berbagai macam situasi, kondisi, maupun kebudayaan tertentu (Kacen & Lee, 2002) dalam (Sholikhah & Dhanial, 2017, p. 44). Pemahaman mengenai salah satu aspek *hoarding*, yaitu *excessive acquisition* selaras dengan beberapa komponen atau dimensi *impulsive buying* menurut (Coley & Burgess, 2003, p. 283), salah satunya yaitu dimensi afeksi *irresistible urge to buy*, yaitu merupakan keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan. Hal tersebut berhubungan dengan dua poin pada aspek *excessive acquisition* pada perilaku *hoarding*, yaitu poin (1) dan poin (2). Pembelian impulsif yang disebabkan oleh keinginan untuk membeli yang tidak dapat ditahan, dapat

berupa membeli barang yang tidak berdasar kebutuhan, maupun membeli barang dengan jumlah lebih banyak. Membeli sesuatu tanpa perencanaan, menyebabkan barang yang dibeli hanya akan diletakkan begitu saja, tanpa digunakan, karena memang tujuan pembelian bukan berdasarkan kegunaan, tapi berdasarkan keinginan semata.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian (Shoham, Gavish, & Akron, 2017, p. 10) bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara penimbunan dan perilaku konsumen impulsif dan kompulsif. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Frost, et al., 1998, p. 660) terdapat hubungan yang positif antara pembelian dan penimbunan kompulsif. Hal itu kemudian menjelaskan bahwa ada hubungan yang positif antara materialisme dan menimbun yang kemudian memberikan pemahaman bahwa penimbun terikat secara emosional dengan harta benda yang mereka miliki (Shoham, Gavish, & Akron, 2017, p. 11). Hadirnya perasaan aman dan nyaman secara emosional dapat diartikan menjadi rasa bahagia ketika seorang penimbun memperoleh atau mengumpulkan suatu barang atau benda (Shoham, Gavish, & Akron, 2017, p. 11).

D. Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada latar belakang, rumusan masalah yang telah disusun, dibarengi dengan studi literatur mengenai variabel penelitian, maka terbentuklah kerangka konseptual sebagai berikut :



E. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis alternatif (H_a) yang dapat disimpulkan adalah “terdapat pengaruh antara *impulsive buying* terhadap *hoarding*

pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”. Sedangkan hipotesis nihil (Hn) dari uraian di atas adalah “tidak terdapat pengaruh antara *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dikarenakan data yang dihasilkan berbentuk angka yang nantinya menjadi acuan dalam memaparkan hasil penelitian (Margono, 2010, p. 201). Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti sampel atau populasi tertentu, lalu pengumpulan data, penggunaan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif atau statistik (Sugiyono, 2013, p. 7).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek, atau rangkaian kegiatan yang ditetapkan untuk dipelajari dan menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2013, p. 38). Variabel yang diidentifikasi secara tepat dalam suatu analisis dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data-data dan teknik analisa data yang telah diperoleh. Berikut ini merupakan beberapa variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Variabel terikat (variabel y) : *Hoarding*
2. Variabel bebas (variabel x) : *Impulsive Buying*

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Hoarding

Menimbun merupakan suatu perilaku dimana individu memiliki banyak barang, kesulitan untuk membuang barang-barang yang dirasa tidak berharga yang berakhir dengan disimpannya barang tersebut, sehingga menyebabkan ia kesulitan untuk melakukan kegiatan dikarenakan ruang gerak yang terbatas karena dipenuhi berbagai barang.

Penelitian ini menggunakan skala *saving inventory-revised* (Frost, Steketee, & Grisham, 2004, p. 1177) dengan aspek sebagai berikut :

- a) *Excessive clutter* (kekacauan yang berlebihan)
- b) *Difficulty discarding* (kesulitan untuk membuang)
- c) *Excessive acquisition* (memiliki banyak barang).

2. *Impulsive Buying*

Pembelian impulsif merupakan suatu pola perilaku konsumen yang memutuskan untuk membeli suatu produk secara spontan dan tanpa rencana dikarenakan mendapat dorongan atau stimulus dari pengelola produk tersebut.

Penelitian ini menggunakan skala pembelian impulsif dengan indikator sebagai berikut (Coley & Burgess, 2003, p. 288):

- a) *Irresistible urge to buy* (keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan)
- b) *Positive buying emotions* (emosi positif dalam melakukan pembelian)
- c) *Mood management* (kondisi suasana hati)
- d) *Cognitive deliberation* (pertimbangan secara kognitif)
- e) *Unplanned buying* (pembelian tak terencana)

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek dan subyek yang telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari, dianalisis, dan menemukan kesimpulan dari penelitian tersebut (Sugiyono, 2013, p. 80). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan tahun 2017 dengan total 3.074 mahasiswa.

**Tabel 3.1 Rekapitulasi Data Registrasi Angkatan 2017
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

Fakultas	Jumlah tiap Fakultas
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	781
Fakultas Syariah	511
Fakultas Humaniora	387
Fakultas Psikologi	226
Fakultas Ekonomi	425
Fakultas Sains dan Teknologi	609
Fakultas Kedokteran dan Ilmu-Ilmu Kesehatan	135
Total	3074

(Bagian Administrasi Akademik UIN Malang, 2021)

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013, p. 81). Jumlah populasi dari subjek penelitian adalah 3074. Cara menghitung jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (1960), yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan : n = Ukuran sampel
 N = Ukuran populasi
 e = Nilai kritis (batas penelitian) yang diinginkan.
 (Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi).

Dalam penghitungan untuk menentukan sampel, peneliti menetapkan nilai kritis (batas penelitian) sejumlah 10%. Hasil yang diperoleh yaitu :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{3074}{1+3074 \cdot (0.1)^2}$$

$$n = \frac{3074}{1+30.74}$$

$$n = \frac{3074}{31.74}$$

$$n = 96.849$$

Jumlah populasi dari penelitian adalah 3074. Jika mengacu pada penghitungan penentuan sampel menggunakan rumus yang disusun oleh Slovin dengan taraf kesalahan sejumlah 10%, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 97 responden.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik berdasarkan kriteria atau ketentuan yang telah ditentukan oleh peneliti dalam hal memilih sampel atau subjek (Sugiyono, 2013, p. 85).

Dalam hal ini kriteria atau ketentuan subjek penelitian adalah :

- a. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- b. Mahasiswa angkatan 2017.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode angket atau kuisisioner. Metode angket atau kuisisioner merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara menyusun beberapa pernyataan maupun pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk kemudian dilakukan pengisian sesuai kondisi yang dirasakan (Sugiyono, 2013, p. 142). Angket atau kuisisioner yang digunakan nantinya mengadopsi sistem skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala pengukuran

yang memiliki empat atau lebih pilihan jawaban atas suatu pernyataan yang nantinya membentuk skor atau nilai yang menunjukkan respon terhadap individu (Syofian, Setiyaningsih, & Syamsiah, 2015, p. 2). Skala yang digunakan terdiri atas dua pernyataan, yaitu pernyataan *favorable* (mendukung), dan pernyataan *unfavorable* (tidak mendukung).

Skala yang digunakan untuk variabel terikat atau *hoarding* merupakan *saving inventory-revised* yang berpedoman pada (Frost, Steketee, & Grisham, 2004, p. 1177), sedangkan skala yang digunakan untuk variabel bebas atau *impulsive buying* merupakan skala yang berpedoman pada komponen atau dimensi pembelian impulsif yang telah digunakan oleh (Coley & Burgess, 2003, p. 283)

F. Instrumen Penelitian

Berikut ini adalah instrument yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Skala Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Skala yang digunakan untuk variabel bebas atau *impulsive buying* merupakan skala yang berpedoman pada komponen atau dimensi pembelian impulsif yang telah digunakan oleh (Coley & Burgess, 2003, p. 283). Indikator skala tersebut, antara lain :

- a) *Irresistible urge to buy* (keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan)
- b) *Positive buying emotions* (emosi positif dalam melakukan pembelian)
- c) *Mood management* (kondisi suasana hati)
- d) *Cognitive deliberation* (pertimbangan secara kognitif)
- e) *Unplanned buying* (pembelian tak terencana)

Skala yang digunakan terdiri atas dua pernyataan, yaitu pernyataan *favorable* (mendukung), dan pernyataan *unfavorable* (tidak mendukung). Skala yang digunakan menggunakan skala *likert* dengan empat pilihan jawaban, yaitu : STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), S (Setuju), dan SS (Sangat Setuju)

Tabel 3.2 Ketentuan Nilai Skala *Impulsive Buying*

Pernyataan <i>Favorable</i>		Pernyataan <i>Unfavorable</i>	
Pilihan Jawaban	Nilai atau Skor	Pilihan Jawaban	Nilai atau Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	3
Setuju (S)	3	Setuju (S)	2
Sangat Setuju (SS)	4	Sangat Setuju (SS)	1

Tabel 3.3 Blue Print Skala *Impulsive Buying*

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Affective</i> (Afektif)	<i>Irresistible urge to buy</i> (keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan)	1, 2	-	2
	<i>Positive buying emotions</i> (emosi positif dalam melakukan pembelian)	3, 4	-	2
	<i>Mood management</i> (kondisi suasana hati)	5, 6	7,8	4
<i>Cognitive</i> (Kognitif)	<i>Cognitive deliberation</i> (pertimbangan secara kognitif)	11, 12	9, 10	4
	<i>Unplanned buying</i> (pembelian tak terencana)	13, 14	-	2
Total				14

2. Skala *Hoarding*

Skala yang digunakan untuk variabel terikat atau *hoarding* merupakan *saving inventory-revised* yang berpedoman pada (Frost, Steketee, & Grisham, 2004, p. 1177). Dimensi atau aspek skala tersebut, antara lain :

- a) *Excessive clutter* (kekacauan yang berlebihan)
- b) *Difficulty discarding* (kesulitan untuk membuang)
- c) *Excessive acquisition* (memiliki banyak barang).

Skala yang digunakan terdiri atas dua pernyataan, yaitu pernyataan *favorable* (mendukung), dan pernyataan *unfavorable* (tidak mendukung).

Skala yang digunakan menggunakan skala *likert* dengan empat pilihan jawaban yang berbeda versi untuk setiap aspek.

Tabel 3.4 Ketentuan Nilai Skala *Hoarding*

Pernyataan <i>Favorable</i>		Pernyataan <i>Unfavorable</i>	
Pilihan Jawaban	Nilai atau Skor	Pilihan Jawaban	Nilai atau Skor
Sedikit/Ringan/Jarang	1	Sedikit/Ringan/Jarang	4
Sedang/Kadang	2	Sedang/Kadang	3
Kebanyakan/Berat/Sering	3	Kebanyakan/Berat/Sering	2
Hampir Semuanya/Parah/Sangat Sering	4	Hampir Semuanya/Parah/Sangat Sering	1

Tabel 3.5 Blue Print Skala *Hoarding*

Aspek	Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Excessive Clutter</i> (Kekacauan yang berlebihan)	1, 3, 5, 8, 10, 12, 15, 20, 22	-	9
<i>Difficulty Discarding</i> (Kesulitan untuk membuang)	6, 13, 17, 19, 23	4, 7	7
<i>Excessive Acquisition</i> (Memiliki banyak barang)	9, 11, 14, 16, 18, 21	2	7
Total			23

G. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas merupakan uji yang menunjukkan menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Hasil penelitian dapat dikatakan valid apabila ditemukan kesamaan antara data yang telah dikumpulkan, dengan data sebenarnya yang terdapat pada objek. Suatu instrumen dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk memperoleh atau mengukur data, valid, dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya hendak diukur (Sugiyono, 2013, p. 121).

Koefisien Validitas Isi – Lawshe’s CVR (*content validity ratio*) adalah salah satu metode yang telah secara luas digunakan untuk mengukur validitas isi, dan dikembangkan oleh (Lawshe, 1975, p. 566). Lawshe (1975) memberikan usulan bahwa setiap penilai atau *subject matter experts* (SME) yang terdiri dari panel ahli untuk memberikan jawaban atas setiap pernyataan dengan tiga pilihan jawaban, yakni : (1) relevan; (2) kurang relevan: dan (3) tidak relevan.

Terdapat 14 pernyataan pada skala variabel *impulsive buying*, dan terdapat 23 pernyataan pada skala *hoarding* yang akan diujikan menggunakan metode cvr dengan total 5 panel ahli, rinciannya sebagai berikut :

Tabel 3.6 Daftar Panel Ahli CVR

No.	Panel Ahli	Pelaksanaan	Pengembalian
1.	Dr. Yulia Sholichatun, M.Si	19 Pebruari 2022	23 Pebruari 2022
2.	Aldi Fajar Setiawan, S.S	19 Pebruari 2022	25 Pebruari 2022
3.	Selly Candra Ayu, M.Si	7 Maret 2022	7 Maret 2022
4.	Novia Solichah, M. Psi	7 Maret 2022	7 Maret 2022
5.	Dr. Esa Nur Wahyuni, M.Pd	23 Pebruari 2022	8 Maret 2022

Rumus yang digunakan oleh Lawshe untuk menganalisis hasil CVR, yaitu sebagai berikut :

$$CVR = (ne - N/2) / (N/2)$$

Keterangan : CVR = *Content Validity Ratio*

ne = Jumlah anggota panel ahli
yang menjawab penting

N = Jumlah total panel ahli

Tabel 3.7 Hasil Analisis CVR Skala *Impulsive Buying*

Aspek	Indikator	Aitem	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
<i>Affective</i> (Afektif)	<i>Irresistible urge to buy</i> (keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan)	1, 2	-
	<i>Positive buying emotions</i> (emosi positif dalam melakukan pembelian)	3, 4	-
	<i>Mood management</i> (kondisi suasana hati)	5, 6	7,8
<i>Cognitive</i> (Kognitif)	<i>Cognitive deliberation</i> (pertimbangan secara kognitif)	11, 12	9, 10
	<i>Unplanned buying</i> (pembelian tak terencana)	13, 14	-
Jumlah		10	4
Total		14	

Dari hasil analisis CVR yang dilakukan, terdapat 14 item yang telah dinyatakan valid. Dapat diambil kesimpulan bahwa keseluruhan item pada skala *impulsive buying* dapat dilakukan untuk penelitian.

Tabel 3.8 Hasil Analisis CVR Skala *Hoarding*

Aspek	Item	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
<i>Excessive Clutter</i> (Kekacauan yang berlebihan)	1, 3, 5, 8, 10, 12, 15, 20, 22	-
<i>Difficulty Discarding</i> (Kesulitan untuk membuang)	6, 13, 17, 19, 23	4, 7
<i>Excessive Acquisition</i> (Memiliki banyak barang)	9, 11, 14, 16, 18, 21	2
Jumlah		3
Total		23

Dari hasil analisis CVR yang dilakukan, terdapat 23 item yang telah dinyatakan valid. Dapat diambil kesimpulan bahwa keseluruhan item pada skala *hoarding* dapat dilakukan untuk penelitian.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, dalam hal ini adalah tingkat konsistensinya (Sugiyono, 2013, p. 121). Uji reliabilitas memiliki tujuan untuk menetapkan apakah suatu instrumen penelitian atau kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama, dan akan menghasilkan data yang terbukti konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Untuk mengetahui data tersebut reliabel atau tidak, dapat dilihat dari nilai *alpha*. Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan tingkat reliabilitas data, adalah sebagai berikut (Widiyanto, 2010, p. 43) :

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpa* > r tabel, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpa* < r tabel, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

Nilai r tabel dengan jumlah subjek sebanyak 97 orang adalah 0.195.

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpa</i>	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
<i>Impulsive Buying</i> (X)	0.368	0.195	Reliabel
<i>Hoarding</i> (Y)	0.851	0.195	Reliabel

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah nilai *cronbach's alpa* masing-masing variabel lebih besar daripada nilai r tabel. Jika menganut pada dasar pengambilan keputusan (Widiyanto, 2010, p. 43), maka kedua instrumen dapat dikatakan reliabel. Instrumen yang digunakan untuk meneliti variabel *impulsive buying* dan *hoarding*, dapat dikatakan reliabel.

H. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan data yang didapat melalui penelitian, yaitu :

a. Mean Hipotetik

Untuk menemukan skor dari mean hipotetik, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M = \frac{1}{2}(1\text{Max} + 1\text{Min}) \times \sum \text{item}$$

Keterangan : M = Mean
 1Max = Skor tertinggi item
 1Min = Skor terendah item
 \sum item = Jumlah item skala

b. Mean Empirik

Untuk menemukan skor dari mean empirik, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan : M = Mean Empirik
 $\sum X$ = Jumlah skor total semua subjek
 N = Jumlah subjek penelitian

c. Standar Deviasi

Setelah mengetahui skor dari mean hipotetik dan mean empirik, maka selanjutnya adalah menemukan standar deviasi. Untuk menemukan nilai standar deviasi, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$SD = \frac{1}{6} (1\text{Max} - 1\text{Min})$$

Keterangan : SD = Standar Deviasi
 1Max = Skor tertinggi item
 1Min = Skor terendah item

d. Kategorisasi Data

Tabel 3.10 Rumus Kategorisasi Data

Kategori	Rumus
Tinggi	$M + 1 SD < X$
Sedang	$M - 1 SD < X < M + 1 SD$
Rendah	$X < M - 1 SD$

2. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan menguji apakah suatu sampel yang digunakan terbukti memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Nilai signifikansi $> 0,05$ data dikatakan berdistribusi normal
2. Nilai signifikansi $< 0,05$ data dikatakan tidak berdistribusi normal

2. Uji Linearitas

Uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dan variabel dependen, apakah mempunyai hubungan linear yang signifikan atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Nilai signifikansi $> 0,05$ data dikatakan memiliki hubungan yang linear
2. Nilai signifikansi $< 0,05$ data dikatakan tidak memiliki hubungan yang linear

3. Uji Regresi

Uji regresi memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Apabila

variabel independen hanya satu, maka analisis regresi dinamakan uji regresi linear sederhana. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak
2. Nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang atau Universitas Islam Negeri Malang merupakan salah satu universitas negeri yang terletak di kota Malang. Pemberian nama Maulana Malik Ibrahim bersumber pada nama salah seorang Walisongo yang juga dikenal dengan sebutan Sunan Gresik. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berdiri pada tanggal 21 Juni 2004, berdasar pada Surat Keputusan Presiden No. 50. Didirikannya Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan tujuan sebagai wadah lembaga pendidikan tinggi Islam yang berada di bawah naungan Departemen Agama.

Salah satu ciri khas universitas ini adalah adanya model pengembangan keilmuan yang mengharuskan seluruh anggota sivitas akademika untuk dapat menguasai bahasa Arab dan bahasa Inggris, sehingga mahasiswa pun tak luput dari keharusan tersebut. Selain itu, universitas ini juga memiliki program pendidikan berupa ma'had, atau pesantren kampus, dimana seluruh mahasiswa diharuskan tinggal di ma'had pada tahun pertama keberadaannya di universitas ini.

Saat ini Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki 2 kampus, dengan rincian kampus I dikhususkan sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa yang mengambil program sarjana. Sedangkan kampus II sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa pascasarjana. Kampus I terletak di kota Malang, sedang kampus II terletak di kota Batu. Saat ini Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki 7 fakultas dengan rincian sebagai berikut : (1) fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan; (2)

fakultas syariah; (3) fakultas humaniora; (4) fakultas psikologi; (5) fakultas ekonomi; (6) fakultas sains dan teknologi; dan (7) fakultas kedokteran dan ilmu kesehatan, serta program pascasarjana.

2. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner melalui *link/form* yang dibagikan pada responden secara *online*, dengan subjek penelitian mahasiswa UIN Malang angkatan 2017 dari berbagai fakultas. Penyebaran kuisioner dimulai pada tanggal 27 Maret 2022 hingga tanggal 9 April 2022.

3. Jumlah Subjek Penelitian

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik berdasarkan kriteria atau ketentuan yang telah ditentukan oleh peneliti dalam hal memilih sampel atau subjek (Sugiyono, 2016). Dibutuhkan responden sebanyak 97 orang pada penelitian ini. Dalam hal ini kriteria atau ketentuan subjek penelitian adalah :

- a. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- b. Mahasiswa angkatan 2017.

4. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner melalui *link/form* yang dibagikan pada responden yang telah memenuhi kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian. Penyebaran dilakukan secara *online* dikarenakan tidak memungkinkan untuk berkunjung ke kampus, atau mengunjungi satu persatu responden yang termasuk dalam kriteria karena adanya bahaya pada penyebaran virus covid. Terdapat dua kuisioner yang disebarkan kepada responden, yaitu kuisioner dengan menggunakan skala *impulsive buying*, dan *hoarding*.

5. Hambatan-Hambatan

- a. Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk mengumpulkan data, karena peneliti tidak bisa mengawasi langsung atau memastikan responden akan mengisi kuisioner tersebut, dikarenakan peneliti tidak berada dalam jangkauan yang sama dengan responden.
- b. Ada beberapa responden yang mengisi kuisioner lebih dari satu kali, dikarenakan pada tengah pengisian, terjadi problem pada saluran internet yang digunakan, sehingga peneliti harus mengecek ulang jawaban dan identitas dari tiap responden.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi merupakan salah satu bentuk analisa penelitian yang bertujuan untuk menguji generalisasi dari hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Analisis dilakukan melalui proses pengujian hipotesis deskriptif yang nantinya memberikan hasil mengenai dapat atau tidaknya menggeneralisasikan hipotesis penelitian (Ariani, 2016, p. 45).

- a. Skor Hipotetik dan Empirik

Skor hipotetik merupakan data yang mungkin didapatkan dari beberapa item atau pernyataan. Sedangkan skor empirik merupakan data sesungguhnya yang didapatkan melalui sampel penelitian.

Tabel 4.1 Skor Hipotetik dan Empirik

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
<i>Impulsive Buying</i>	14	56	35	7	28	49	39.06	3.8
<i>Hoarding</i>	23	92	57.5	11.5	29	78	46.64	10.4

Berdasarkan tabel skor di atas, penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. Skala *impulsive buying* terdiri atas 14 item valid dengan menggunakan skala *likert* pada rentang skor 1 hingga 4. Setelah data yang diperoleh diolah, didapat skor hipotetik dengan skor

minimal 14, skor maksimal 56 dan mean sebesar 35. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapat skor empirik dengan skor minimal 28, skor maksimal 49, dan mean sebesar 39.06. Jika dibandingkan antara mean hipotetik dan empirik, maka mean empirik memiliki skor yang lebih besar daripada mean hipotetik, yaitu $39.06 > 35$. Hal tersebut memiliki makna bahwa *impulsive buying* di lapangan memiliki tingkat yang tinggi.

2. Skala *hoarding* terdiri atas 23 item valid dengan menggunakan skala *likert* pada rentang skor 1 hingga 4. Setelah data yang diperoleh diolah, didapat skor hipotetik dengan skor minimal 23, skor maksimal 92 dan mean sebesar 57.5. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapat skor empirik dengan skor minimal 29, skor maksimal 78, dan mean sebesar 46.64. Jika dibandingkan antara mean hipotetik dan empirik, maka mean hipotetik memiliki skor yang lebih besar daripada mean empirik, yaitu $57.5 > 46.64$. Hal tersebut memiliki makna bahwa *hoarding* di lapangan memiliki tingkat yang rendah.

b. Kategorisasi Data

Di bawah ini merupakan hasil kategorisasi data untuk skala *impulsive buying*, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2 Kategorisasi Skala *Impulsive Buying*

Kategori	Rumus	Kriteria	Hasil	Presentase
Tinggi	$M + 1 SD < X$	< 27.5	22	22.7%
Sedang	$M - 1 SD < X < M + 1 SD$	28 – 42	75	77.3%
Rendah	$X < M - 1 SD$	> 42.5	-	-
Jumlah			97	100%

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat *impulsive buying* pada responden mayoritas terbilang sedang, dengan presentase sebanyak 77.3% dengan jumlah responden sebanyak 75. Selain itu, ada beberapa responden yang memiliki kecenderungan tinggi terhadap *impulsive buying*, dengan presentase sebanyak 22.7 dengan jumlah responden sejumlah 22. Tidak ada responden yang berada pada kategori rendah dalam hal *impulsive buying* pada penelitian ini.

Di bawah ini merupakan hasil kategorisasi data untuk skala *hoarding*, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3 Kategorisasi Skala *Hoarding*

Kategori	Rumus	Kriteria	Hasil	Presentase
Tinggi	$M + 1 SD < X$	< 45.5	3	3.1%
Sedang	$M - 1 SD < X < M + 1 SD$	46 – 69	40	41.2%
Rendah	$X < M - 1 SD$	> 69.5	54	55.7%
Jumlah			97	100%

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki kecenderungan perilaku *hoarding* tinggi dengan presentase 3.1% sejumlah 3 orang. Dilanjut responden yang berada pada kategori sedang untuk perilaku *hoarding* memiliki presentase sebanyak 41.2% dengan jumlah responden 40 orang. Sedang, responden terbanyak berada pada kategori rendah untuk tingkat perilaku *hoarding*, dengan presentase sebanyak 55.7% dengan jumlah 54 responden.

2. Analisis Data

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan menguji apakah suatu sampel yang digunakan terbukti memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam model

regresi linier, asumsi ditunjukkan dengan nilai error yang memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik merupakan model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga dikatakan layak untuk kemudian dilakukan pengujian secara statistik. Uji normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* yang ada di dalam program SPSS. Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, dan data dikatakan tidak normal jika nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 4.4 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.29814266
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.122
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		1.205
Asymp. Sig. (2-tailed)		.110

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil tabel atas uji normalitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi 0.110, yaitu lebih dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual kedua variabel tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Ghozali (2011) dalam (Nabila & Isroah, 2019, p. 51) mengatakan bahwa uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan liner yang signifikan atau tidak. Uji linearitas dari kedua variabel dilakukan melalui program SPSS. Ketentuan linearitas dapat dilihat pada nilai signifikansi. Kedua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, sedangkan dikatakan tidak ada hubungan yang linear pada kedua variabel jika nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 4.5 Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Hoarding	Between	(Combined)	1566.964	16	97.935	.870	.604
*	Groups	Linearity	387.404	1	387.404	3.443	.067
Impulsive		Deviation from					
Buying		Linearity	1179.560	15	78.637	.699	.778
	Within Groups		9001.407	80	112.518		
	Total		10568.371	96			

Berdasarkan hasil tabel atas uji linearitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *deviation from linearity* 0.778, yaitu lebih dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel *impulsive buying* dengan variabel *hoarding*.

c. Uji Regresi

Uji regresi memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Selain itu, dapat juga digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Uji regresi dilakukan menggunakan program SPSS untuk menguji hipotesis yang

diajukan. Ketentuan regresi dapat diamati pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_a diterima dan H_n ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka H_n diterima dan H_a ditolak.

Uji regresi yang digunakan peneliti menggunakan teknik *Analisis Regresi Linier Sederhana*. Analisis regresi linier sederhana digunakan sebagai dasar ramalan dari suatu distribusi data yang mempunyai bentuk hubungan linier (Yuswianto, 2009, p. 23). Rumus persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = nilai dari variabel terikat
- X = nilai dari variabel bebas
- a = nilai konstanta
- b = koefisien regresi

Tabel 4.6 Uji Pengaruh *Impulsive Buying* terhadap *Hoarding*

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	387.404	1	387.404	3.615	.060 ^a
	Residual	10180.967	95	107.168		
	Total	10568.371	96			

a. Predictors: (Constant), Impulsive Buying

b. Dependent Variable: Hoarding

Melalui hasil *output* pada proses uji pengaruh antara variabel *impulsive buying* dengan *hoarding* melalui uji regresi linear sederhana, dapat

diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 3.615, dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 0.06. Karena nilai signifikansi yang didapatkan lebih besar dari 0.05, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak. Dari hasil tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *impulsive buying* (X) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *hoarding* (Y). Sehingga hasil uji regresi linear antara kedua variabel tersebut terbukti tidak signifikan.

Tabel 4.7 Kontribusi Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.191 ^a	.037	.027	10.352

a. Predictors: (Constant), Impulsive Buying

Melalui hasil *output* pada proses uji pengaruh antara variabel *impulsive buying* dengan *hoarding* melalui uji regresi linear sederhana, dapat diketahui bahwa nilai R Square sejumlah 0.037. Nilai tersebut memiliki arti bahwa pengaruh *impulsive buying* terhadap *hoarding* sebesar 3.7%, yaitu nilai kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang terbilang kecil. Sedangkan 96.4% dipengaruhi oleh variabel lain, di luar dari variabel *impulsive buying*.

Tabel 4.8 Persamaan Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.277	10.761		2.442	.016
	Impulsive Buying	.521	.274	.191	1.901	.060

a. Dependent Variable: Hoarding

Rumus persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = a + bx$. Melalui hasil *output* pada proses uji pengaruh antara variabel *impulsive buying* dengan *hoarding* melalui uji regresi linear sederhana, tepatnya pada tabel *coefficient*, terdapat beberapa hal yang diketahui, antara lain :

1. a = angka konstan dari *unstandardized coefficient*. Pada tabel di atas, jumlahnya sebesar 26.227. Angka tersebut adalah angka konstan yang memiliki makna bahwa jika tidak ada *impulsive buying*, maka nilai konstan *hoarding* sejumlah 26.227.
2. b = angka koefisien regresi. Jumlahnya sebesar 0.521. Angka tersebut memiliki makna bahwa setiap penambahan 1% *impulsive buying*, maka *hoarding* akan meningkat sebesar 0.521%.
3. Beta = koefisien standar atau koefisien beta. Pada tabel tersebut, jumlahnya sebanyak 0.191. Angka tersebut memiliki makna bahwa nilai koefisien beta pada pengaruh dan sumbangan efektif yang diberikan oleh variabel *impulsive buying* terhadap variabel *hoarding* adalah sebanyak 0.191.

Dari beberapa penjelasan di atas, didapatkan hasil bahwa koefisien regresi bernilai negatif (-), dengan begitu diperoleh kesimpulan bahwa *impulsive buying* (X) tidak memiliki pengaruh terhadap *hoarding* (Y). Rumus persamaan regresinya adalah sebagai berikut : $Y = 26.277 + 0.521 x$.

C. Pembahasan

1. Tingkat *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan penelitian terkait tingkat *impulsive buying* terhadap 97 mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, diperoleh hasil bahwa terdapat 22 mahasiswa yang berada pada kategori tinggi dengan presentase sebesar 22.7%, dan sisanya terdapat 75 mahasiswa

yang menunjukkan posisi pada kategori sedang dengan presentase sebesar 77.3%, dan tidak ada mahasiswa yang berada pada kategori rendah. Dari penjelasan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *impulsive buying* yang sedang.

Impulsive buying atau pembelian impulsif adalah suatu pola pembelian konsumen secara spontan, dimana konsumen melakukan pembelian suatu produk tanpa perencanaan sebelumnya. *Impulsive buying* adalah perilaku konsumen dimana konsumen memutuskan untuk membeli barang yang mereka inginkan, namun sebenarnya tidak mereka butuhkan saat itu juga (Miranda, 2016, p. 64). Pada penelitian ini, tingkat *impulsive buying* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang didominasi pada kategori sedang. Dari 97 mahasiswa, 22 di antaranya berada pada kategori tinggi, 75 lainnya berada pada kategori sedang, dan tidak ada yang terlepas dari kecenderungan untuk melakukan *impulsive buying*. Dapat diambil kesimpulan bahwa *impulsive buying* merupakan salah satu pola perilaku konsumen yang tidak asing dalam kehidupan sehari-hari, tak terkecuali oleh kaum mahasiswa, khususnya mahasiswa yang menjadi subjek dalam penelitian ini, yaitu mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Hal ini sesuai dengan penjelasan Santrock (2002) dalam (Elnina, 2022, p. 3) bahwa masa remaja merupakan masa ketika kemampuan pada individu meningkat dan mulai berkembang, baik dalam hal pemikiran operasional formal, ataupun dalam proses pengambilan keputusan. Pada tahap tersebut, kondisi kematangan emosi belum stabil, sehingga remaja menjadi target bagi para produsen atau pemasar produk dalam hal menawarkan produknya kepada mereka (Arisandy, 2011, p. 64). Ketidakstabilan emosi pada mahasiswa dapat menyebabkan terbentuknya perilaku *impulsive buying* yang menyebabkan mereka kurang bisa memilah mana barang yang

merupakan kebutuhan, atau hanya sekadar keinginan, dikarenakan terpaan penawaran menarik dari produsen atau pemasar produk.

Ada dua aspek utama dalam *impulsive buying* (Herabadi, Verplanken, & Knippenberg, 2009, p. 27), yaitu aspek kognitif yang berkaitan dengan perencanaan dan pemikiran matang, dan aspek afektif yang berhubungan dengan situasi emosional konsumen. Kedua aspek tersebut memiliki andil besar yang nantinya berdampak pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Karena hasil penelitian didominasi oleh kategori sedang, maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang mayoritas masih memiliki kontrol terhadap produk yang hendak dibeli, tidak semata-mata terpengaruh oleh berbagai faktor yang menyebabkan mereka terjebak pada pola perilaku konsumen yang mengarah kepada konsumtif. Namun juga mereka tidak begitu saja bisa melepaskan diri atau menghindari dari pola pembelian impulsif, yang dapat dipengaruhi oleh faktor internal yang meliputi kemampuan kognitif dan afektif, serta faktor eksternal yang berhubungan dengan produk, ataupun teknik pemasaran terkait produk oleh perusahaan penyedia dan pemasaran.

2. Tingkat *Hoarding* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan penelitian terkait tingkat *hoarding* pada 97 mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, diperoleh hasil bahwa terdapat 3 mahasiswa yang berada pada kategori tinggi dengan presentase sebesar 3.1%, juga terdapat 40 mahasiswa yang menunjukkan posisi pada kategori sedang dengan presentase sebesar 41.2%, dan terdapat 54 mahasiswa yang berada pada kategori rendah dengan presentase sebesar 55.7%. Dari penjelasan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *hoarding* yang rendah.

Hoarding dalam bahasa Indonesia memiliki makna penimbunan atau menimbun, adalah suatu perilaku dimana seseorang memiliki kebiasaan memperoleh atau menyimpan barang atau benda yang memiliki nilai sentimental dengan dirinya. Selain itu, *hoarding* juga dapat disematkan pada perilaku ketika seseorang kesulitan untuk membuang suatu barang atau benda, walaupun ia tahu benda tersebut sudah tidak memiliki nilai guna pada kehidupan sehari-harinya. Orang yang memiliki perilaku *hoarding* menghabiskan banyak waktu untuk berpikir mengenai barang atau benda yang mereka miliki saat ini, akankah barang atau benda tersebut akan tetap bersama mereka hingga di masa depan, mereka juga memiliki keinginan untuk selalu mendapatkan barang atau benda baru (Kring, Johnson, Davison, & Neale, 2012, p. 204).

Pada penelitian ini, tingkat *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang didominasi pada kategori rendah. Dari 97 mahasiswa, 3 di antaranya berada pada kategori tinggi, 40 lainnya berada pada kategori sedang, dan 54 sisanya masuk pada kategori rendah. Dapat diambil kesimpulan bahwa *hoarding* merupakan perilaku atau kebiasaan yang juga tidak asing bagi masyarakat, termasuk mahasiswa.

Mengulas survey pra penelitian, dan saat penelitian dilakukan, ada banyak subyek yang mempertanyakan mengenai maksud dari pertanyaan ketika wawancara, ataupun pernyataan yang terlampir pada skala penelitian. Beberapa subyek mengaku kurang memahami pertanyaan dan pernyataan yang dilontarkan peneliti, bukan mengenai susunan kata maupun kalimat, namun lebih kepada konteks pertanyaan maupun pernyataan. Subyek merasa perlu lebih lama untuk berpikir dalam mengisi tiap poin, karena kurang merasa familiar atas situasi atau kondisi yang dipaparkan pada skala penelitian. Dapat diambil kesimpulan bahwa *hoarding* merupakan perilaku yang kerap kita temui dalam kehidupan sehari-hari, tak terkecuali mahasiswa. Namun, edukasi mengenai perilaku *hoarding* yang bermakna

tidak baik, kurang diketahui oleh masyarakat umum. Kebanyakan dari mereka pernah mengetahui atau merasakan ciri-ciri dari perilaku tersebut, namun tidak semua memahami bahwa perilaku yang mereka miliki merujuk kepada suatu kebiasaan yang tidak baik.

Penyebab seseorang memiliki perilaku *hoarding* antara lain dikarenakan mereka memiliki anggapan bahwa barang bekas atau barang yang tidak memiliki nilai guna, akan mereka perlukan atau butuhkan di suatu waktu (Azmi, 2020). Beberapa berpikir bahwa hal tersebut bukan merupakan hal yang serius, namun sesungguhnya perilaku *hoarding* yang tarafnya semakin naik, dapat mengganggu kualitas hidup individu. Dari hasil penelitian beserta wawancara, beberapa subjek mengaku memiliki perilaku *hoarding* namun subjek masih mengetahui batasan. Ketika subjek merasa tempat tinggalnya tidak nyaman, subjek memutuskan untuk merapikan atau membuang barang-barang yang memenuhi tempat tinggalnya.

Dari hasil penelitian, didapatkan subyek yang menempati semua kategori, baik tinggi, sedang, maupun rendah. Jumlah paling sedikit berada pada kategori tinggi, disusul kategori sedang, dan terbanyak berada pada kategori rendah. Dari beberapa hal tersebut, berarti perilaku *hoarding* dimiliki oleh subyek, walaupun tidak dalam porsi yang menyeluruh dan beberapa hanya bekisar beberapa persen. Komponen atau dimensi *hoarding* yang digunakan dalam penelitian ini berpedoman pada *Saving Inventory-Revised* yang bersumber pada (Frost, Steketee, & Grisham, 2004, p. 1177). Komponen atau dimensi *hoarding* yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain : (a) *Excessive Clutter* (kekacauan yang berlebihan); (b) *Difficulty Discarding* (kesulitan untuk membuang); dan (c) *Excessive Acquisition* (memiliki banyak barang). Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang mayoritas menempati kategori rendah untuk perilaku *hoarding*. Dalam hal ini memiliki makna bahwa, beberapa mahasiswa memiliki kondisi tempat tinggal yang tidak terlalu kacau, sedikit

memiliki kesulitan untuk membuang atau merelakan barang atau benda tertentu, serta memiliki barang dalam porsi yang tidak terlalu berlebihan.

3. Pengaruh Antara *Impulsive Buying* terhadap *Hoarding* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Melalui hasil penelitian uji hipotesis menggunakan uji analisis regresi sederhana, diperoleh F hitung sebesar 3.615 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.06 ($0.06 > 0.05$). Hal ini memiliki makna bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel *impulsive buying* (X) terhadap variabel *hoarding* (Y). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak. Berikut penjelasan di atas, memiliki makna bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Adapun penjelasan mengenai kemungkinan tidak adanya pengaruh antara *impulsive buying* terhadap *hoarding*, yaitu :

Hoarding berkaitan dengan *compulsive buying*, sedangkan variabel dalam penelitian ini adalah *impulsive buying*. *Hoarding* yang memiliki makna menimbun, atau makna luasnya, menyimpan suatu barang secara berlebihan, dalam hal ini termasuk barang-barang yang sudah tidak memiliki nilai guna, atau barang yang sudah tidak dipakai atau tidak diperlukan kembali. Sedangkan *compulsive buying* atau pembelian kompulsif adalah perilaku pembelian yang tidak terkendali, sangat menyusahkan diri sendiri, menghabiskan banyak waktu, serta dapat mengakibatkan kesulitan seseorang pada kehidupan sosial dan keuangan individu (McElroy, Phillips, & Keck, 1994, p. 242). Pembeli kompulsif mengalami dorongan untuk melakukan pembelian sebagai upaya untuk menetralkan rasa cemas dan ketidaknyamanan yang dialami oleh seseorang (Frost, et al., 1998, p. 658).

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Frost, et al., 1998, p. 662) didapatkan temuan bahwa hipotesis mengenai hubungan penimbunan kompulsif dengan pembelian kompulsif dikatakan signifikan, dengan sampel

penelitian mahasiswa berjenis kelamin perempuan. Skala pembelian kompulsif juga berkorelasi secara signifikan dan positif dengan skala penimbunan. Temuan dari 2 studi ini pun menunjukkan bahwa penimbunan dan pembelian kompulsif terkait erat dengan kekhawatiran mengenai gangguan kontrol atas aktivitas mental individu.

Impulsive buying atau pembelian impulsif merupakan pola perilaku konsumen dalam bentuk pembelian suatu barang atau benda secara spontan, tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Sedang *compulsive buying* atau pembelian kompulsif merupakan suatu kondisi dimana seseorang melakukan pembelian berulang dikarenakan adanya peristiwa tak menyenangkan ataupun perasaan negatif (Faber dan O'Guinn, 1989) dalam (Sari, 2016, p. 2). Kesamaan dari *impulsive buying* dan *compulsive buying* adalah merupakan pola perilaku konsumen dalam hal pembelian, namun perbedaan dari kedua istilah tersebut berada pada karakteristiknya. *Impulsive buying* merupakan pola perilaku konsumen yang melakukan pembelian secara spontan, sedangkan *compulsive buying* merupakan pola perilaku konsumen yang melakukan pembelian secara berulang. *Impulsive buying* merupakan perilaku yang dapat menjadi kebiasaan jika dilakukan berulang-ulang, sedang *compulsive buying* merupakan perilaku yang jika dilakukan berulang-ulang dapat berkembang menjadi *disorder* atau gangguan yang mengarah pada kesehatan mental. *Hoarding* dan *compulsive buying* memiliki kesamaan pada pola perilaku yang dapat berkembang menjadi sebuah gangguan yang membahayakan jiwa individu jika dibiarkan dan tidak segera ditindaklanjuti. Sedangkan *impulsive buying* merupakan perilaku yang masih dapat diredam agar tidak menjadi parah, atau mengganggu kehidupan sehari-hari individu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil beserta analisa data pada penelitian mengenai pengaruh *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *impulsive buying* yang sedang. Hal tersebut dibuktikan dengan perolehan data dimana terdapat 75 mahasiswa yang menunjukkan posisi pada kategori sedang dengan presentase sebesar 77.3%.
2. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat *hoarding* yang rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan perolehan data dimana terdapat 54 mahasiswa yang berada pada kategori rendah dengan presentase sebesar 55.7%.
3. Melalui hasil penelitian uji hipotesis menggunakan uji analisis regresi sederhana, diperoleh F hitung sebesar 3.615 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.06 ($0.06 > 0.05$). Hal ini memiliki makna bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel *impulsive buying* (X) terhadap variabel *hoarding* (Y). Berikut penjelasan di atas, memiliki makna bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan begitu, perilaku *impulsive buying* tidak berpengaruh terhadap perilaku *hoarding* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami peneliti yang kemudian dapat ditindaklanjuti oleh peneliti selanjutnya, untuk

menyempurnakan penelitian yang akan dilakukan. Keterbatasan tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Jumlah responden sebanyak 97 orang, kurang bisa menggambarkan hasil dari keseluruhan pada populasi yang dipilih.
2. Metode pengumpulan data hanya terbatas pada kuisioner tertutup, membuat peneliti kurang bisa mengeksplor mengenai situasi dan kondisi yang dialami responden terkait variabel yang ditentukan.
3. Kurangnya pemahaman responden terhadap perilaku *hoarding*, membuat responden terkadang masih belum menyadari situasi yang ia alami, yang kemudian menjadikan jawaban-jawaban yang dikumpulkan kurang menggambarkan kondisi sebenarnya pada diri responden.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang disampaikan peneliti, antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh informasi bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat perilaku *hoarding* rendah. Namun, jumlah mahasiswa yang berada pada tingkat sedang juga tidak jauh dari mahasiswa yang berada pada tingkat rendah. Itu berarti cukup banyak mahasiswa yang melakukan perilaku *hoarding* pada kehidupan sehari-hari. Diharapkan bahwa mahasiswa lebih tanggap terhadap ciri-ciri mengenai *hoarding* yang dimiliki, untuk kemudian berusaha melakukan penanggulangan, dikarenakan perilaku *hoarding* memiliki dampak yang cukup berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Berdasarkan hasil penelitian, variabel *impulsive buying* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *hoarding*. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, untuk menggunakan variabel bebas lain yang

memiliki kontribusi terhadap variabel terikat, yaitu variabel *hoarding*. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel mediator untuk menunjang hasil yang lebih maksimal pada penelitian dengan tema yang sama. Peneliti juga bisa menambahkan uji validitas menggunakan spss, untuk mengantisipasi adanya item-item yang tidak dipahami oleh subjek.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, R. M. (2016). Pengaruh Daya Tarik Iklan Online Shop Terhadap Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Arifianti, R., & Gunawan, W. (2020). Perilaku Impulse Buying dan Interaksi Sosial dalam Pembelian di Masa Pandemi. *Sosioglobal : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 43-60. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/article/download/30759/pdf>
- Arisandy, D. (2011). Kontrol Diri Ditinjau dari Impulsive Buying pada Belanja Online. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, 63-74. <http://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalpsyche/article/view/9>
- Azmi, N. (2020, Maret 6). *Mental Lainnya*. Retrieved from hellosehat.com: <http://hellosehat.com/mental/mental-lainnya/penyebab-hoarding/>
- Coley, A., & Burgess, B. (2003). Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 282-295. <https://doi.org/10.1108/13612020310484834>
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan Self Control Mahasiswa Ditinjau dari Perilaku Impulsive Buying terhadap Produk Fashion. *Psikodinamika : Jurnal Literasi Psikologi*, 001-019. <https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/psikodinamika/article/view/955>
- Frost, R. O., & Gross, R. C. (1993). The Hoarding of Possessions. *Behaviour Research and Therapy*, 367-381. [https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0005-7967\(93\)90094-B](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0005-7967(93)90094-B)
- Frost, R. O., & Steketee, G. (2014). *The Oxford Handbook of Hoarding and Acquiring*. New York: Oxford University Press.
- Frost, R. O., Kim, H.-J., Morris, C., Bloss, C., Murray-Close, M., & Steketee, G. (1998). Hoarding, Compulsive Buying and Reason for Saving. *Behaviour Research and Therapy*, 657-664. [https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/S0005-7967\(98\)00056-4](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/S0005-7967(98)00056-4)

- Frost, R. O., Steketee, G., & Grisham, J. (2004). Measurement of Compulsive Hoarding : Saving Inventory-Revised. *Behaviour Research and Therapy*, 1163-1182. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2003.07.006>
- Frost, R. O., Steketee, G., & Williams, L. (2000). Hoarding : A Community Health Problem. *Health & Social Care in The Community*, 229-234. <http://dx.doi.org/10.1046/j.1365-2524.2000.00245.x>
- Ginting, S. S. (2019). Pengaruh Diskon Harga terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online. Medan : Universitas Sumatera Utara
- Herabadi, A., Verplanken, B., & Knippenberg, A. (2009). Consumption Experience of Impulse Buying in Indonesia : Emotional Arousal and Hedonistic Considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 20-31. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-839X.2008.01266.x>
- Herliyani, C. (2017). Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Holmes, S., Whomsley, S., & Kellett, S. (2015). *A Psychological Perspective on Hoarding*. United Kingdom: The British Psychological Society.
- Hombali, A., Sagayadevan, V., Tan, W. M., Chong, R., Yip, H. W., Vaingankar, J., Subramaniam, M. (2019). A Narrative Synthesis of Possible Causes and Risk Factors of Hoarding Behaviours. *Asian Journal of Psychiatry*, 104-114. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2019.04.001>
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., . . . Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Diwina.
- Jenike, M. A., Baer, L., & Minichiello, W. E. (1998). *Obsessive-compulsive Disorders : Practical Management*. London: Mosby.
- Kring, A. M., Johnson, S. L., Davison, G., & Neale, J. (2012). *Abnormal Psychology*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Kusumapradja, A. (2020, Juli 14). *Better You*. Retrieved from Cosmopolitan: <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/7/2020/21077/yang-perlu-kamu-tahu-tentang-hoarding-disorder>

- Lawshe, C. H. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity. *Personal Psychology*, 563-575.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.460.9380&rep=rep1&type=pdf>
- Loudon, D., & Bitta, D. (1993). *Consumer Behavior : Concepts and Application*. New York: McGraw Hill.
- Lumintang, F. F. (2012). Pengaruh Hedonic Motives terhadap Impulse Buying Melalui Browsing dan Shopping Lifestyle pada Online Shop. *JUMMA*, 1-7.
<http://journal.wima.ac.id/index.php/JUMMA/article/view/299>
- Margono, S. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Maryam, S., & Wahyuningsih, S. (2018). Pengaruh Transaksi C2C Commerce terhadap Perilaku Impulsive Buying (Survei pada Konsumen PT. Shopee International Indonesia). *INTER KOMUNIKA Jurnal Komunikasi*, 1-13.
<https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/146>
- McElroy, S. L., Phillips, K. A., & Keck, P. E. (1994). Obsessive Compulsive Spectrum Disorder. *Journal of Clinical Psychiatry*, 33-51.
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/070674370905400507>
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian terhadap Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying dalam Online Shopping. *Kompetensi*, 63-76.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3424>
- Mittal, S., Chawla, D., & Sondhi, N. (2016). Impulse Buying Tendencies among Indian Consumers : Scale Development and Validation. *Journal of Indian Business research*, 205-226. <http://dx.doi.org/10.1108/JIBR-09-2015-0101>
- Nabila, Z. D., & Isroah. (2019). Pengaruh Kewajiban Moral dan Lingkungan Sosial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha. *Jurnal Nominal*, 47-59. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/24498>
- Neziroglu, F. (2021, September 21). *Triumphing Through Science, Treatment, and Education*. Retrieved from Anxiety & Depression Association of America (ADAA): <https://adaa.org/understanding-anxiety/obsessive-compulsive-disorder-ocd/hoarding-basic>

- Ntuna, L. (2015). Hubungan Antara Emosi Positif dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Nurilmi, M. (2021, September). *Psikologi Klinis*. Retrieved from IndoPositive: <https://www.indopositive.org/2021/09/hoarding-disorder-fenomena-menimbun.html?m=1>
- Sari, R. K. (2016). Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying pada Masa Remaja Akhir di Samarinda. *Psikoborneo*, 1-9. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3923>
- Shoham, A., Gavish, Y., & Akron, S. (2017). Hoarding and Frugality Tendencies and their Impact on Consumers Behaviors. *Journal of International Consumer Marketing*, 1-15. <http://dx.doi.org/10.1080/08961530.2017.1310646>
- Sholikhah, M., & Dhania, D. R. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Pembelian Impulsif Universitas Muria Kudus. *Psikovidya*, 43-49. <https://psikovidya.wisnuwardhana.ac.id/index.php/psikovidya/article/view/65>
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syofian, S., Setiyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi*, 1-8.
- Tolin, D. F., Frost, R. O., & Steketee, G. (2010). A Brief Interview for Assessing Compulsive Hoarding : The Hoarding Rating-Scale Interview. *Psychiatry Research*, 147-152. <http://dx.doi.org/10.1016/j.psychres.2009.05.001>
- Village, T. R. (2020, September 9). *Hoarding Statistics*. Retrieved from The Recovery Village: <https://www.therecoveryvillage.com/mental-health/hoarding/related/hoarding-statistics>
- Widiyanto, J. (2010). *SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.

- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impulse Buying pada Mahasiswa Ditinjau dari Latar Belakang Keluarga. *EXERO Journal of Research in Business and Economics*, 41-56. <https://e-journal.usd.ac.id/index.php/exero/article/view/2110>
- Yuswianto. (2009). *Modul Mata Kuliah Statistika Inferensial*. Malang: Laboratorium Psikometri dan Komputer Fakultas Psikologi UIN Malang.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Skala Penelitian Sebelum CVR

a. Variabel *Impulsive Buying* (X)

1. *Blue Print* Variabel *Impulsive Buying*

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Affective</i> (Afektif)	<i>Irresistible urge to buy</i> (keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan)	1, 2	-	2
	<i>Positive buying emotions</i> (emosi positif dalam melakukan pembelian)	3, 4	-	2
	<i>Mood management</i> (kondisi suasana hati)	5, 6, 7, 8	-	4
<i>Cognitive</i> (Kognitif)	<i>Cognitive deliberation</i> (pertimbangan secara kognitif)	9, 10	11, 12	4
	<i>Unplanned buying</i> (pembelian tak terencana)	13, 14	-	2
Total Item				14

2. Skala Variabel *Impulsive Buying*

Berikan tanggapan terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini, dengan mengacu kepada empat pilihan jawaban, yaitu :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Setuju
- 4 = Sangat Setuju

Nomor	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Saya selalu membeli suatu barang/benda jika saya benar-benar menyukainya.				
2.	Ketika sedang berbelanja, saya cenderung memutuskan barang/benda yang hendak saya beli, saat berada di sana.				
3.	Saya merasakan sensasi tertentu, ketika membeli suatu barang/benda baru.				
4.	Saya merasa senang ketika melakukan pembelian suatu barang/benda.				
5.	Kadang-kadang, saya membeli suatu barang/benda dengan tujuan untuk membuat keadaan saya menjadi lebih baik dari sebelumnya.				
6.	Membeli suatu barang/benda merupakan salah satu cara saya untuk mengurangi stress dalam kehidupan sehari-hari.				
7.	Kadang-kadang, saya merasa menyesal telah membeli suatu barang/benda baru.				
8.	Saya merasakan senang sekaligus bersalah karena membeli suatu barang/benda tanpa rencana.				
9.	Ketika saya memikirkan tentang perilaku saya saat membeli suatu barang/benda, saya merasa sering melakukan pembelian tanpa rencana.				
10.	Teman-teman menganggap saya sebagai seseorang yang sering melakukan pembelian tanpa rencana.				
11.	Saya jarang melakukan pembelian suatu barang/benda tanpa perencanaan.				
12.	Saya membuat daftar belanja ketika hendak pergi berbelanja, dan hanya membeli barang/benda yang ada pada daftar.				
13.	Jika saya melihat suatu barang/benda yang saya kira memerlukannya, saya akan membelinya, walaupun pada awalnya saya hendak berbelanja untuk barang/benda lain.				
14.	Ketika sedang berbelanja, saya membeli barang/benda yang tidak saya rencanakan untuk dibeli.				

b. Variabel *Hoarding* (Y)

1. *Blue Print* Variabel *Hoarding*

Aspek	Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Excessive Clutter</i> (Kekacauan yang berlebihan)	1, 3, 5, 8, 10, 12, 15, 20, 22	-	9
<i>Difficulty Discarding</i> (Kesulitan untuk membuang)	6, 13, 17, 19, 23	4, 7	7
<i>Excessive Acquisition</i> (Memiliki banyak barang)	9, 11, 14, 16, 18, 21	2	7
Total Item			23

2. Skala Variabel *Hoarding*

Gunakan panduan jawaban berikut untuk memberikan respon atas 5 pernyataan di bawah ini :

1 = Sedikit

2 = Sedang

3 = Kebanyakan

4 = Hampir Semuanya

Nomor	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Seberapa banyak barang/benda (berantakan) yang terdapat pada area dimana kamu sering berkegiatan atau melakukan sesuatu pada tempat tinggalmu?				
2.	Seberapa besar kendali yang kamu miliki atas keinginan untuk memperoleh suatu barang/benda?				
3.	Seberapa besar area tempat tinggal yang tidak dapat kamu gunakan dikarenakan kondisi yang terlalu banyak barang/benda (berantakan)?				
4.	Seberapa besar kendali yang kamu miliki atas keinginan untuk menyimpan suatu barang/benda?				
5.	Seberapa besar area pada tempat tinggal yang sulit kamu lewati dikarenakan kondisi yang terlalu banyak barang/benda (berantakan)?				

Gunakan panduan jawaban berikut untuk memberikan respon atas 11 pernyataan di bawah ini :

- 1 = Ringan
 2 = Sedang
 3 = Berat/Parah
 4 = Ekstrim

Nomor	Pernyataan	1	2	3	4
6.	Sejauh mana kamu mengalami kesulitan dalam membuang suatu barang/benda?				
7.	Apakah menurutmu pekerjaan membuang suatu barang/benda menyulitkanmu?				
8.	Sebanyak apa barang/benda yang kamu miliki, sehingga tempat tinggalmu terlihat berantakan/penuh?				
9.	Seberapa tertekan atau tidak nyaman perasaan yang kamu miliki ketika tidak mendapatkan barang/benda yang kamu inginkan?				
10.	Seberapa besar dampak dari kondisi tempat tinggal yang berantakan terhadap kehidupan sosial, ranah pekerjaan, maupun pada kegiatan sehari-harimu?				
11.	Seberapa besar keinginanmu dalam membeli suatu barang/benda yang kamu sadari tidak akan kamu gunakan langsung setelah membelinya?				
12.	Sejauh mana perasaan tertekan yang kamu miliki akibat mengetahui kondisi tempat tinggal yang terlalu banyak barang/benda (berantakan)?				
13.	Seberapa besar keinginanmu untuk menyimpan suatu barang/benda yang kamu tahu tidak akan kamu gunakan?				
14.	Seberapa besar rasa kesal atau tertekan yang kamu rasakan akibat kebiasaan (memperoleh dan menyimpan barang) yang kamu miliki?				
15.	Sejauh mana kamu merasa tidak mampu untuk mengatasi kondisi tempat tinggal yang terlalu banyak barang/benda (berantakan)?				
16.	Sejauh mana kebiasaan membeli secara kompulsif mampu mengganggu kondisi finansial/keuanganmu?				

Gunakan panduan jawaban berikut untuk memberikan respon atas 7 pernyataan di bawah ini :

- 1 = Jarang
- 2 = Kadang-Kadang
- 3 = Sering
- 4 = Sangat Sering

Nomor	Pernyataan	1	2	3	4
17.	Seberapa sering kamu menghindari kegiatan untuk membuang beberapa barang/benda dikarenakan perasaan stres atau merasa kegiatan tersebut hanya menyita waktu?				
18.	Seberapa sering kamu merasakan keinginan untuk memiliki setiap barang/benda yang kamu lihat? Misalnya, saat hendak membeli sesuatu atau terdapat tawaran barang/benda gratis?				
19.	Seberapa sering kamu memutuskan untuk menyimpan barang yang tidak kamu butuhkan, yang akhirnya hanya meninggalkan sedikit ruang untuk melakukan kegiatan sehari-hari?				
20.	Seberapa sering kamu menghindari mengundang orang lain untuk berkunjung ke tempat tinggalmu dikarenakan kondisi yang terlalu banyak barang (berantakan)?				
21.	Seberapa sering kamu membeli atau mendapatkan secara gratis barang/benda yang kamu tahu tidak segera kamu gunakan atau butuhkan?				
22.	Sejauh apa kondisi terlalu banyak barang/benda (berantakan) pada area tempat tinggal menyebabkan kamu tidak dapat menggunakannya untuk berkegiatan?				
23.	Seberapa sering kamu merasa tidak bisa membuang suatu barang/benda yang sesungguhnya ingin sekali kamu singkirkan?				

Lampiran 2 : Analisis CVR

a. Analisis CVR Skala Variabel *Impulsive Buying*

Item	Bu Selly	Bu Esa	Bu Yulia	Aldi	Bu Novia	ne	n	2ne	CVR
1	3	1	3	1	3	3	5	6	0.2
2	3	2	3	3	3	4	5	8	0.6
3	3	3	3	2	3	4	5	8	0.6
4	3	3	3	2	3	4	5	8	0.6
5	3	3	3	1	3	4	5	8	0.6
6	3	3	3	1	3	4	5	8	0.6
7	3	3	3	3	3	5	5	10	1
8	3	3	3	2	3	4	5	8	0.6
9	3	3	3	2	3	4	5	8	0.6
10	3	3	3	2	3	4	5	8	0.6
11	3	3	3	1	3	4	5	8	0.6
12	3	3	3	3	3	5	5	10	1
13	2	3	3	3	3	4	5	8	0.6
14	3	3	3	2	3	4	5	8	0.6

b. Analisis CVR Skala Variabel *Hoarding*

Item	Bu Selly	Bu Esa	Bu Yulia	Aldi	Bu Novia	ne	n	2ne	CVR
1	2	3	3	3	3	4	5	8	0.6
3	3	3	3	3	3	5	5	10	1
5	3	3	3	3	3	5	5	10	1
8	3	3	3	3	3	5	5	10	1
10	3	3	3	3	3	5	5	10	1
12	3	3	3	3	3	5	5	10	1
15	2	3	3	3	3	4	5	8	0.6
20	3	3	3	3	3	5	5	10	1
22	2	3	3	3	3	4	5	8	0.6
4	3	3	3	3	3	5	5	10	1
6	3	3	3	3	3	5	5	10	1
7	3	3	3	3	3	5	5	10	1
13	3	3	3	3	3	5	5	10	1
17	3	3	3	3	3	5	5	10	1
19	3	3	3	3	3	5	5	10	1
23	3	3	3	3	3	5	5	10	1
2	3	3	3	3	3	5	5	10	1

9	3	3	3	3	3	5	5	10	1
11	3	3	3	3	3	5	5	10	1
14	3	3	3	3	3	5	5	10	1
16	3	3	3	3	3	5	5	10	1
18	3	3	3	3	3	5	5	10	1
21	3	3	3	3	3	5	5	10	1

Lampiran 3 : Skala Penelitian Setelah CVR

a. Variabel *Impulsive Buying* (X)

1. *Blue Print* Variabel *Impulsive Buying*

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Affective</i> (Afektif)	<i>Irresistible urge to buy</i> (keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan)	1, 2	-	2
	<i>Positive buying emotions</i> (emosi positif dalam melakukan pembelian)	3, 4	-	2
	<i>Mood management</i> (kondisi suasana hati)	5, 6, 7, 8	-	4
<i>Cognitive</i> (Kognitif)	<i>Cognitive deliberation</i> (pertimbangan secara kognitif)	9, 10	11, 12	4
	<i>Unplanned buying</i> (pembelian tak terencana)	13, 14	-	2
Total Item				14

2. Skala Variabel *Impulsive Buying*

Berikan tanggapan terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini, dengan mengacu kepada empat pilihan jawaban, yaitu :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Nomor	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Saya selalu membeli suatu barang/benda jika saya benar-benar menyukainya.				
2.	Ketika sedang berbelanja, saya cenderung memutuskan barang/benda yang hendak saya beli, saat berada di sana.				
3.	Saya merasakan sensasi tertentu, ketika membeli suatu barang/benda baru.				
4.	Saya merasa senang ketika melakukan pembelian suatu barang/benda.				
5.	Kadang-kadang, saya membeli suatu barang/benda dengan tujuan untuk membuat keadaan saya menjadi lebih baik dari sebelumnya.				
6.	Membeli suatu barang/benda merupakan salah satu cara saya untuk mengurangi stress dalam kehidupan sehari-hari.				
7.	Kadang-kadang, saya merasa menyesal telah membeli suatu barang/benda baru.				
8.	Saya merasakan senang sekaligus bersalah karena membeli suatu barang/benda tanpa rencana.				
9.	Ketika saya memikirkan tentang perilaku saya saat membeli suatu barang/benda, saya merasa sering melakukan pembelian tanpa rencana.				
10.	Teman-teman menganggap saya sebagai seseorang yang sering melakukan pembelian tanpa rencana.				
11.	Saya jarang melakukan pembelian suatu barang/benda tanpa perencanaan.				
12.	Saya membuat daftar belanja ketika hendak pergi berbelanja, dan hanya membeli barang/benda yang ada pada daftar.				
13.	Jika saya melihat suatu barang/benda yang saya kira memerlukannya, saya akan membelinya, walaupun pada awalnya saya hendak berbelanja untuk barang/benda lain.				
14.	Ketika sedang berbelanja, saya membeli barang/benda yang tidak saya rencanakan untuk dibeli.				

b. Variabel *Hoarding* (Y)1. *Blue Print* Variabel *Hoarding*

Aspek	Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Excessive Clutter</i> (Kekacauan yang berlebihan)	1, 3, 5, 8, 10, 12, 15, 20, 22	-	9
<i>Difficulty Discarding</i> (Kesulitan untuk membuang)	6, 13, 17, 19, 23	4, 7	7
<i>Excessive Acquisition</i> (Memiliki banyak barang)	9, 11, 14, 16, 18, 21	2	7
Total Item			23

2. Skala Variabel *Hoarding*

Gunakan panduan jawaban berikut untuk memberikan respon atas 5 pernyataan di bawah ini :

- 1 = Sedikit
- 2 = Sedang
- 3 = Kebanyakan
- 4 = Hampir Semuanya

Nomor	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Seberapa banyak barang/benda (berantakan) yang terdapat pada area dimana kamu sering berkegiatan atau melakukan sesuatu pada tempat tinggalmu?				
2.	Seberapa besar kendali yang kamu miliki atas keinginan untuk memperoleh suatu barang/benda?				
3.	Seberapa besar area tempat tinggal yang tidak dapat kamu gunakan dikarenakan kondisi yang terlalu banyak barang/benda (berantakan)?				
4.	Seberapa besar kendali yang kamu miliki atas keinginan untuk menyimpan suatu barang/benda?				
5.	Seberapa besar area pada tempat tinggal yang sulit kamu lewati dikarenakan kondisi yang terlalu banyak barang/benda (berantakan)?				

Gunakan panduan jawaban berikut untuk memberikan respon atas 11 pernyataan di bawah ini :

- 1 = Ringan

- 2 = Sedang
 3 = Berat/Parah
 4 = Ekstrim

Nomor	Pernyataan	1	2	3	4
6.	Sejauh mana kamu mengalami kesulitan dalam membuang suatu barang/benda?				
7.	Apakah menurutmu pekerjaan membuang suatu barang/benda menyulitkanmu?				
8.	Sebanyak apa barang/benda yang kamu miliki, sehingga tempat tinggalmu terlihat berantakan/penuh?				
9.	Seberapa tertekan atau tidak nyaman perasaan yang kamu miliki ketika tidak mendapatkan barang/benda yang kamu inginkan?				
10.	Seberapa besar dampak dari kondisi tempat tinggal yang berantakan terhadap kehidupan sosial, ranah pekerjaan, maupun pada kegiatan sehari-harimu?				
11.	Seberapa besar keinginanmu dalam membeli suatu barang/benda yang kamu sadari tidak akan kamu gunakan langsung setelah membelinya?				
12.	Sejauh mana perasaan tertekan yang kamu miliki akibat mengetahui kondisi tempat tinggal yang terlalu banyak barang/benda (berantakan)?				
13.	Seberapa besar keinginanmu untuk menyimpan suatu barang/benda yang kamu tahu tidak akan kamu gunakan?				
14.	Seberapa besar rasa kesal atau tertekan yang kamu rasakan akibat kebiasaan (memperoleh dan menyimpan barang) yang kamu miliki?				
15.	Sejauh mana kamu merasa tidak mampu untuk mengatasi kondisi tempat tinggal yang terlalu banyak barang/benda (berantakan)?				
16.	Sejauh mana kebiasaan membeli secara kompulsif mampu mengganggu kondisi finansial/keuanganmu?				

Gunakan panduan jawaban berikut untuk memberikan respon atas 7 pernyataan di bawah ini :

1 = Jarang

- 2 = Kadang-Kadang
 3 = Sering
 4 = Sangat Sering

Nomor	Pernyataan	1	2	3	4
17.	Seberapa sering kamu menghindari kegiatan untuk membuang beberapa barang/benda dikarenakan perasaan stres atau merasa kegiatan tersebut hanya menyita waktu?				
18.	Seberapa sering kamu merasakan keinginan untuk memiliki setiap barang/benda yang kamu lihat? Misalnya, saat hendak membeli sesuatu atau terdapat tawaran barang/benda gratis?				
19.	Seberapa sering kamu memutuskan untuk menyimpan barang yang tidak kamu butuhkan, yang akhirnya hanya meninggalkan sedikit ruang untuk melakukan kegiatan sehari-hari?				
20.	Seberapa sering kamu menghindari mengundang orang lain untuk berkunjung ke tempat tinggalmu dikarenakan kondisi yang terlalu banyak barang (berantakan)?				
21.	Seberapa sering kamu membeli atau mendapatkan secara gratis barang/benda yang kamu tahu tidak segera kamu gunakan atau butuhkan?				
22.	Sejauh apa kondisi terlalu banyak barang/benda (berantakan) pada area tempat tinggal menyebabkan kamu tidak dapat menggunakannya untuk berkegiatan?				
23.	Seberapa sering kamu merasa tidak bisa membuang suatu barang/benda yang sesungguhnya ingin sekali kamu singkirkan?				

Lampiran 4 : Data Hasil Penelitian

a. Skala *Impulsive Buying*

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Total
1	3	4	3	2	2	1	2	1	3	3	3	3	4	3	37
2	1	3	3	3	1	2	1	2	4	1	4	4	4	1	34
3	3	2	2	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	37
4	4	4	4	4	2	3	2	2	4	4	1	4	4	4	46
5	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	43
6	2	4	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	36
7	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	3	4	4	1	47
8	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	36
9	4	4	4	3	3	4	1	3	1	3	2	3	3	3	41
10	2	4	4	4	4	4	1	1	1	2	3	3	3	3	39
11	2	2	4	4	4	4	2	1	3	4	4	3	4	4	45
12	4	3	4	4	4	4	2	2	1	3	2	1	4	4	42
13	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	38
14	2	4	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	36
15	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	49
16	3	3	4	4	4	4	2	3	1	1	4	4	4	4	45
17	2	2	4	3	4	1	2	4	3	3	3	3	3	1	38
18	4	2	4	4	3	4	1	1	1	4	3	1	4	3	39
19	2	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	1	4	3	38
20	2	3	3	2	4	3	2	1	4	3	3	3	3	3	39
21	4	3	4	3	2	1	3	4	2	4	3	2	4	1	40
22	3	3	4	4	3	4	1	1	2	3	2	3	3	3	39
23	1	3	2	3	4	2	4	3	3	3	3	2	4	3	40
24	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	36
25	2	3	3	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	36
26	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	1	42
27	4	2	4	4	4	4	2	1	1	2	2	3	3	2	38
28	2	3	3	4	3	1	3	2	3	3	4	3	2	1	37
29	4	2	4	4	4	2	2	1	2	2	2	2	3	3	37
30	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	1	3	3	2	40
31	2	1	3	4	1	1	2	2	3	3	3	3	3	2	33
32	1	3	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	3	2	42
33	3	4	3	4	1	1	2	1	3	4	4	4	3	1	38
34	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	35

35	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	36	
36	4	4	4	4	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	41	
37	2	1	3	1	1	1	4	1	4	4	4	4	3	1	34	
38	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	4	3	45	
39	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	37	
40	3	2	3	4	4	4	1	1	1	3	4	4	4	1	39	
41	3	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	3	3	40	
42	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	4	3	40
43	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	35	
44	3	3	4	4	4	3	2	2	2	3	3	4	2	2	41	
45	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	39	
46	2	3	4	3	1	2	3	3	2	3	3	3	4	2	38	
47	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	38	
48	4	2	4	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	37	
49	3	4	4	3	4	1	1	1	1	4	4	4	3	1	38	
50	4	4	4	4	3	4	3	3	1	1	2	1	4	4	42	
51	2	4	4	4	3	2	1	1	3	3	2	3	4	3	39	
52	3	4	4	4	3	3	2	2	1	3	3	2	3	3	40	
53	1	3	4	3	4	3	3	1	3	2	3	4	4	3	41	
54	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	3	4	4	4	46	
55	4	4	4	4	3	4	1	2	1	2	4	4	4	4	45	
56	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	36	
57	4	1	4	4	4	4	2	1	4	4	4	1	4	2	43	
58	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	33	
59	3	3	4	4	3	3	1	2	1	1	3	4	3	3	38	
60	3	4	3	3	2	1	3	3	2	4	2	1	4	3	38	
61	3	2	2	4	2	3	1	1	2	2	1	3	3	4	33	
62	2	4	3	3	3	3	1	2	1	2	3	3	4	4	38	
63	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	35	
64	2	4	3	2	3	2	1	2	4	3	3	3	4	2	38	
65	3	3	3	3	4	3	1	1	2	3	3	3	3	3	38	
66	4	3	4	3	4	4	2	1	3	3	3	3	4	3	44	
67	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	38	
68	2	1	3	3	3	4	2	2	2	2	3	4	3	2	36	
69	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	2	40	
70	2	3	4	4	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	40	
71	2	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	38	
72	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	4	41	

73	4	4	4	4	1	2	1	1	1	4	1	4	4	2	37
74	2	2	3	3	3	3	2	1	3	4	2	2	4	1	35
75	3	3	4	4	4	4	3	1	3	4	4	3	3	3	46
76	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	35
77	2	3	3	4	2	1	2	4	3	4	4	2	4	2	40
78	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	42
79	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	40
80	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	4	2	41
81	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	38
82	2	3	3	2	3	2	2	1	2	3	2	2	3	3	33
83	4	4	4	4	4	4	1	1	1	2	3	3	4	4	43
84	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	36
85	2	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	36
86	4	3	3	3	2	1	3	2	4	4	4	4	3	2	42
87	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	3	4	47
88	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	37
89	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	33
90	3	4	4	3	1	2	2	1	3	3	4	4	2	2	38
91	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	2	46
92	2	3	2	1	4	2	4	3	1	2	2	3	2	3	34
93	3	3	3	4	3	3	1	1	1	4	3	3	4	3	39
94	2	3	4	4	3	2	2	2	1	3	3	3	4	2	38
95	2	2	3	1	2	1	1	1	3	3	3	2	2	2	28
96	3	2	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	4	2	40
97	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	49

b. Skala Hoarding

Su bj ek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	To ta l
1	1	2	1	3	1	3	3	1	2	3	2	4	2	1	2	4	1	3	2	1	1	1	1	1	45
2	1	2	1	2	1	1	4	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
3	1	3	1	3	1	1	4	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	38
4	3	2	1	2	1	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	1	3	4	2	1	4	1	3	3	56
5	3	2	1	3	1	3	2	2	2	3	2	1	3	2	2	1	1	3	3	1	2	1	4	4	48
6	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	56
7	2	3	1	3	1	2	4	2	1	4	0	2	3	2	2	2	2	3	3	2	4	2	3	3	53
8	1	3	1	3	1	2	3	1	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	39
9	1	1	1	3	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	4	4	2	1	1	2	4	4	49
10	2	3	4	3	4	4	2	3	2	1	2	1	2	4	3	3	3	2	3	2	4	2	1	1	60
11	2	2	1	1	1	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	1	2	3	4	1	2	1	2	2	48
12	1	2	1	4	1	4	1	4	2	1	4	4	2	3	1	4	2	4	4	4	4	4	2	4	63
13	1	2	1	4	1	1	4	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35
14	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	1	1	1	4	1	2	2	1	1	1	1	1	42
15	1	2	1	4	1	1	3	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	2	1	2	2	37
16	2	1	3	1	3	2	4	2	1	3	2	4	1	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	64
17	3	3	2	3	1	1	4	3	1	2	3	4	1	3	2	1	1	3	2	3	2	2	1	1	51
18	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	1	1	1	3	3	59
19	2	3	1	3	1	1	4	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	35
20	3	2	2	3	1	2	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35
21	3	4	1	4	1	1	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	3	3	39
22	2	3	2	3	1	2	4	1	3	3	1	3	1	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	45
23	4	4	1	2	1	3	3	1	1	1	1	2	3	2	1	1	3	1	2	3	1	1	2	2	44
24	1	3	1	2	4	2	3	1	1	3	1	3	1	2	1	3	2	1	2	1	1	1	1	1	41
25	3	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	1	2	3	3	62
26	1	1	4	2	2	1	4	1	2	2	1	4	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	42
27	1	3	1	1	1	2	3	1	3	3	1	3	2	2	1	1	2	4	4	1	4	1	1	1	46
28	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	1	3	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	38
29	1	3	1	1	1	1	4	1	1	4	2	4	1	4	4	1	1	4	1	1	2	1	1	1	45
30	2	3	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	50
31	3	2	3	2	1	2	4	3	1	2	1	1	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	2	2	42
32	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
33	1	3	1	3	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
34	1	2	1	2	1	3	2	1	2	3	1	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	35

35	1	2	1	2	1	1	4	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	32
36	2	3	1	3	1	1	4	2	1	3	3	1	2	1	1	4	1	2	4	1	3	1	3	48
37	1	1	1	4	1	1	4	1	3	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	37
38	4	2	1	2	1	3	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	40
39	1	4	1	3	1	2	4	1	1	3	1	4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	38
40	1	1	1	2	1	3	4	2	3	2	1	4	1	4	3	4	2	1	1	1	2	1	1	46
41	1	2	1	2	1	2	2	1	2	3	3	3	2	3	1	3	2	3	3	1	2	1	2	46
42	2	2	1	2	1	2	3	2	3	3	2	3	2	3	1	2	2	3	2	1	2	1	2	47
43	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	64
44	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	46
45	1	3	1	3	1	1	4	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	47
46	2	3	1	1	1	2	3	1	1	4	1	3	1	1	2	3	1	2	2	1	1	1	2	40
47	2	2	1	2	1	1	4	1	1	3	2	3	1	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	38
48	1	3	1	3	1	1	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	1	1	1	1	46
49	1	1	2	1	1	1	4	3	3	1	1	4	1	2	2	4	2	1	1	1	1	1	1	40
50	2	2	3	1	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	59
51	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	3	4	4	2	4	2	4	3	3	4	3	4	68
52	4	2	3	1	3	3	1	4	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	69
53	4	2	2	2	2	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	71
54	4	2	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	1	4	77
55	4	1	4	1	3	4	1	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
56	1	4	3	3	2	1	3	3	1	1	2	3	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	45
57	1	3	1	1	1	1	4	1	3	4	2	4	2	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	43
58	2	3	1	2	3	3	3	2	1	2	1	3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	2	2	45
59	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	53
60	1	2	1	2	1	2	3	1	3	1	1	4	4	2	2	1	1	2	4	1	1	1	2	43
61	1	3	2	2	3	1	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	42
62	1	2	2	2	2	1	4	2	3	1	3	3	2	1	2	3	3	2	3	1	3	1	3	50
63	4	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2	55
64	1	2	1	4	1	2	3	1	1	4	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	39
65	2	2	1	4	2	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2	3	2	2	3	2	1	1	2	45
66	2	2	2	4	1	1	3	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	3	3	1	1	1	1	39
67	1	2	1	4	1	1	3	1	3	3	1	4	2	1	1	1	2	2	1	1	3	1	1	41
68	2	3	2	3	2	2	3	3	4	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	1	51
69	1	2	1	2	1	1	4	2	1	4	2	3	1	2	1	3	1	1	1	1	1	4	1	41
70	2	4	1	2	1	1	4	1	2	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1	3	2	1	1	41
71	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	51
72	1	2	1	2	1	2	2	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	2	3	2	3	1	1	37

73	4	1	4	4	1	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	2	55
74	1	3	1	3	1	2	3	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	2	40
75	2	2	1	2	1	4	1	2	2	1	1	1	4	2	1	2	3	3	2	1	1	2	1	42
76	1	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	38
77	2	1	1	3	1	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	1	4	1	1	2	37
78	1	3	1	3	1	2	3	3	2	3	2	3	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	41
79	1	3	1	3	1	1	4	1	3	3	1	3	2	3	1	2	1	2	2	3	1	1	1	44
80	3	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	4	2	1	3	2	2	1	2	2	1	2	42
81	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	52
82	1	3	2	2	1	3	2	1	1	2	2	2	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	3	39
83	3	2	3	1	3	3	1	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	68
84	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	50
85	4	3	2	2	1	3	3	3	2	4	1	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	65
86	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	30
87	1	2	1	2	2	2	3	1	3	4	3	4	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	44
88	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	1	2	1	4	1	3	3	2	1	1	1	3	2	51
89	1	2	1	3	1	1	4	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	4	2	1	3	1	1	38
90	2	3	2	2	1	3	1	1	1	2	2	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	1	2	43
91	1	2	1	2	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	32
92	2	3	1	4	3	2	3	1	3	1	4	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	45
93	2	3	1	2	1	3	2	2	3	1	2	1	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	39
94	3	1	2	4	2	2	4	3	1	3	1	3	1	4	2	3	2	1	4	1	1	3	3	54
95	2	3	2	2	1	1	4	2	2	4	1	4	3	4	2	3	1	1	3	1	1	2	1	50
96	3	2	4	3	3	2	4	2	1	3	2	4	1	4	3	4	2	4	2	1	2	3	3	62
97	2	2	3	2	2	3	3	2	4	3	2	2	1	3	3	3	1	2	2	4	2	2	1	54

Lampiran 5 : Estimasi Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Skala *Impulsive Buying*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.368	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	36.27	13.011	.181	.329
Item_2	36.09	13.127	.170	.334
Item_3	35.61	12.803	.381	.287
Item_4	35.70	12.628	.319	.291
Item_5	36.10	12.260	.269	.294
Item_6	36.48	11.752	.301	.275
Item_7	36.92	14.389	-.033	.397
Item_8	37.05	13.570	.085	.361
Item_9	36.64	14.400	-.062	.415
Item_10	36.18	14.229	-.013	.392
Item_11	36.28	13.974	.030	.379
Item_12	36.26	14.610	-.078	.415
Item_13	35.75	13.563	.209	.331
Item_14	36.47	13.669	.068	.367

b. Uji Reliabilitas Skala *Hoarding*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	23

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	44.74	99.110	.511	.842
Item_2	44.28	111.307	-.111	.861
Item_3	44.94	98.059	.593	.839
Item_4	44.22	115.755	-.335	.870
Item_5	45.09	100.210	.544	.841
Item_6	44.66	99.414	.549	.841
Item_7	43.67	118.369	-.448	.874
Item_8	44.77	98.052	.662	.837
Item_9	44.55	101.959	.384	.846
Item_10	44.30	105.233	.198	.853
Item_11	44.78	99.505	.535	.841
Item_12	44.00	105.021	.189	.854
Item_13	44.71	100.749	.456	.844
Item_14	44.46	96.689	.588	.838
Item_15	44.86	97.229	.696	.836
Item_16	44.48	97.940	.517	.841
Item_17	44.87	98.992	.586	.839
Item_18	44.46	98.980	.490	.842
Item_19	44.61	98.449	.554	.840
Item_20	44.97	98.718	.551	.840
Item_21	44.84	97.243	.603	.838
Item_22	45.05	98.237	.639	.838
Item_23	44.75	97.063	.635	.837

Lampiran 6 : Analisis Deskriptif

a. Mean dan Standar Deviasi

Descriptive Statistics									
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Impulsive_Buying	97	21	28	49	3789	39.06	.391	3.854	14.850
Hoarding	97	49	29	78	4524	46.64	1.065	10.492	110.087
Valid N (listwise)	97								

b. Kategorisasi Data

1. *Impulsive Buying*

Statistics

kat_impulsive_buying

N	Valid	97
	Missing	0

kat_impulsive_buying

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sedang	75	77.3	77.3	77.3
	tinggi	22	22.7	22.7	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

2. *Hoarding*

Statistics

kat_hoarding

N	Valid	97
	Missing	0

kat_hoarding

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	54	55.7	55.7	55.7
	sedang	40	41.2	41.2	96.9
	tinggi	3	3.1	3.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Lampiran 7 : Analisis Data

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.29814266
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.122
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		1.205
Asymp. Sig. (2-tailed)		.110
a. Test distribution is Normal.		

b. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Hoarding	Between	(Combined)	1566.964	16	97.935	.870	.604
*	Groups	Linearity	387.404	1	387.404	3.443	.067
Impulsive		Deviation					
Buying		from	1179.560	15	78.637	.699	.778
		Linearity					
	Within Groups		9001.407	80	112.518		
	Total		10568.371	96			

c. Uji Regresi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.191 ^a	.037	.027	10.352

a. Predictors: (Constant), Impulsive Buying

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	387.404	1	387.404	3.615	.060 ^a
	Residual	10180.967	95	107.168		
	Total	10568.371	96			

a. Predictors: (Constant), Impulsive Buying

b. Dependent Variable: Hoarding