

**PENGARUH STRATEGI *COPING STRESS* DAN *SOCIAL SUPPORT* TERHADAP PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA RANTAU**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

Atira Mumtaza

NIM. 210401110010

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

**2025**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH STRATEGI *COPING STRESS* DAN *SOCIAL SUPPORT* TERHADAP PERILAKU *COMPULSIVE BUYING*  
PADA MAHASISWA RANTAU**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Atira Mumtaza

NIM. 210401110010

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PENGARUH STRATEGI *COPING STRESS* DAN *SOCIAL SUPPORT* TERHADAP PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA RANTAU

### SKRIPSI

Oleh:

Atira Mumtaza

NIM. 210401110010

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
<b><u>Dr. Retno Mangestuti, M.Si</u></b> NIP. 197502202003122004		9 Mei 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi

  
**Yusuf Batu Agung, M.A**  
NIP. 1980102020150310

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH STRATEGI *COPING STRESS* DAN *SOCIAL SUPPORT* TERHADAP PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA RANTAU**  
**SKRIPSI**

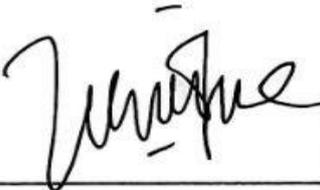
**Oleh:**

Atira Mumtaza

NIM. 210401110010

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji Skripsi dalam Majelis Sidang Skripsi pada tanggal 23 Juni 2025

**DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

Penguji	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
<b>Sekretaris Ujian</b>  <u>Agus Iqbal Hawabi, M.Psi</u> <b>NIP. 198806012019031009</b>		24 Juni '25
<b>Ketua Penguji</b>  <u>Dr. Retno Mangestuti, M.Si</u> <b>NIP. 197502202003122004</b>		24 Juni '25
<b>Penguji Utama</b>  <u>Dr. Andik Rony Irawan, M.Si.Psi</u> <b>NIP. 197311271999031003</b>		25 Juni '25

Disahkan oleh,



**Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si**

NIP. 196112820021220001

## NOTA DINAS

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim  
Malang

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi berjudul:

**PENGARUH STRATEGI *COPING STRESS* DAN *SOCIAL SUPPORT* TERHADAP PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA RANTAU**

Yang ditulis oleh:

Nama : Atira Mumtaza

NIM : 210401110010

Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Malang, 9 Mei 2025



**Dr. Retno Mangestuti, M.Si**

NIP. 197502202003122004

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Atira Mumtaza

NIM : 210401110010

Fakultas : Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **PENGARUH STRATEGI *COPING STRESS* DAN *SOCIAL SUPPORT* TERHADAP PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA RANTAU** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada claim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan Pihak Fakultas Psikologi Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 9 Mei 2025

Penulis



METERAI  
TEMPEL  
61AKX5270008

**Atira Mumtaza**

NIM. 210401110010

## MOTTO

*“Compulsive buying is not a love of shopping; it’s a cry for help.”*

(April Lane Benson, Ph.D.)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al-Baqarah: 286)

"Manusia tidak bisa hidup sendiri. Dalam menghadapi tekanan, kehadiran orang lain yang peduli menjadi penyembuh yang paling ampuh."

(Dr. Tjut Nurul Alam, M.Si)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, pemilik ilmu dan penuntun setiap langkah. Atas limpahan rahmat, kasih sayang, serta ridho-Nya, penulis mampu melalui berbagai proses rintangan dalam menimba ilmu dengan penuh keikhlasan.*

*Sebuah karya sederhana ini kupersembahkan:*

*Teruntuk Kedua orang tua. **Bapak Ari Syamsurizar dan Ibu Neti***

*Terimakasih yang tak terhingga atas segala kasih sayang, doa-doa yang tak pernah putus, serta nasihat yang selalu mengiringi setiap langkah penulis. Setiap pengorbanan dan dukungan yang kalian berikan tanpa henti, memberikan kekuatan bagi penulis untuk mengejar cita-cita dan kebahagiaan. Terimakasih atas segala peluh dan kerja keras yang selalu kalian curahkan, agar penulis dapat meraih yang terbaik dalam hidup ini. Doa dan harapan kalian adalah sumber inspirasi yang tak ternilai harganya, yang mendorong penulis untuk terus berusaha dan memberikan yang terbaik di setiap perjalanan hidup ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan untuk Ayah dan Mak, serta selalu menjaga kalian dalam lindungan-Nya.*

*Tak lupa teruntuk adik-adik penulis. **Zakwan Islami dan Bilki Ramdhan***

*Terimakasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini, hadir dalam setiap fase hidup penulis, sebagai teman berbagi tawa, tangis, dan cerita di setiap sudut rumah. Dukungan kalian, baik melalui kata-kata penuh kasih, canda yang selalu mewarnai hari-hari, hingga doa yang selalu mengalir tanpa sepengetahuan penulis, telah menjadi kekuatan yang sangat berarti. Kalian adalah sumber motivasi penulis untuk terus belajar, dan berharap ilmu yang diperoleh dapat memberi manfaat untuk membantu kalian meraih kebahagiaan yang lebih sempurna.*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim,*

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sang pembawa risalah yang telah menuntun umat manusia dari zaman kegelapan menuju cahaya islam yang terang benderang.

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Strategi *Coping Stress* dan *Social Support* terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Mahasiswa Rantau**” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Yusuf Ratu Agung, M.A., selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Retno Mangestuti, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. Andik Rony Irawan, M.Si.Psi dan Bapak Agus Iqbal Hawabi, M.Psi, selaku penguji sidang skripsi, atas arahan dan saran yang diberikan dalam proses pembenahan skripsi ini sehingga dapat menjadi lebih baik.

6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan ilmu serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan S1.
7. Terimakasih kepada seluruh teman-teman mahasiswa terutama mahasiswa rantau dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Brawijaya, dan Universitas Negeri Malang atas ketersediaannya dalam memberikan akses, informasi, serta bantuan yang sangat berarti dan menjadi bagian penting dalam terselesaikannya penelitian ini.
8. Teman-teman hebat yang telah mewarnai setiap langkah dalam perjalanan akademik dan kehidupan peneliti: Wenita, Naomi, Serly, Nabila, dan Fira yang selalu memberikan semangat, kebersamaan, tawa, serta dukungan tanpa batas dalam segala situasi.
9. Terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta menjadi bagian dari perjalanan peneliti selama menempuh perkuliahan S1 di Malang dan dalam proses penyusunan skripsi ini. meskipun peneliti tidak dapat sebutkan satu per satu, setiap kebaikan dan kontribusi yang diberikan sangat berarti. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dengan limpahan bagi semua yang telah berkontribusi. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Dengan rendah hati, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa mendatang.

Malang, 8 Mei 2025

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
NOTA DINAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
المخلص .....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
1. Manfaat Teoritis .....	9
2. Manfaat Praktis .....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
A. <i>Compulsive Buying</i> .....	10

1.	Pengertian <i>Compulsive Buying</i> .....	10
2.	Karakteristik <i>Compulsive Buying</i> .....	12
3.	Dimensi <i>Compulsive Buinyg</i> .....	14
4.	Fase-fase <i>Compulsive Buying</i> .....	16
5.	Faktor-faktor <i>Compulsive Buying</i> .....	17
6.	<i>Compulsive Buying</i> dalam Perspektif Islam.....	20
B.	Strategi <i>Coping Stress</i> .....	21
1.	Pengertian Strategi <i>Coping Stres</i> .....	21
2.	Aspek-aspek Strategi <i>Coping Stress</i> .....	23
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi <i>Coping Stress</i> .....	25
4.	Proses <i>Coping</i> .....	27
5.	Fungsi Strategi <i>Coping Stres</i> .....	29
6.	Strategi <i>Coping Stres</i> dalam Perspektif Islam.....	31
C.	<i>Social Support</i> .....	33
1.	Pengertian <i>Social Support</i> .....	33
2.	Dimensi <i>Social Support</i> .....	35
3.	Faktor-faktor <i>Social Support</i> .....	37
4.	Aspek-aspek <i>Social Support</i> .....	39
5.	Fungsi <i>Social Support</i> .....	40
6.	<i>Social Support</i> dalam Perspektif Islam .....	42
D.	Mahasiswa Rantau .....	43
1.	Definisi Mahasiswa Rantau.....	43
2.	Tantangan yang Dihadapi Mahasiswa Rantau .....	45
E.	Pengaruh Strategi <i>Coping Stress</i> Terhadap Perilaku <i>Compulsive Buying</i> 46	
F.	Pengaruh <i>Social Support</i> Terhadap Perilaku <i>Compulsive Buying</i> .....	47
G.	Pengaruh Strategi <i>Coping Stress</i> dan <i>Social Support</i> terhadap Perilaku <i>Compulsive Buying</i> .....	49
H.	Kerangka Konseptual .....	50
I.	Hipotesis.....	52
	BAB III METODE PENELITIAN.....	53
A.	Desain Penelitian.....	53

B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	53
C. Definisi Operasional.....	54
D. Partisipan.....	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
F. Instrumen Penelitian.....	58
1. <i>Compulsive Buying</i> .....	58
2. <i>Strategi Coping Stress</i> .....	59
3. <i>Social Support</i> .....	59
G. Validitas dan Reliabilitas.....	60
1. Validitas.....	60
2. Reliabilitas.....	67
H. Teknik Analisis Data.....	68
1. Uji Asumsi.....	68
2. Analisis Deskriptif.....	69
3. Uji Hipotesis.....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
A. Pelaksanaan Penelitian.....	73
B. Hasil Penelitian.....	74
C. Pembahasan.....	95
BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	118

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Penentuan Nilai Skala .....	57
Tabel 3. 2 Blueprint Skala Compulsive Buying.....	58
Tabel 3. 3 Blueprint Skala Strategi Coping Stress.....	59
Tabel 3. 4 Blueprint Skala Social Support.....	60
Tabel 3. 5 Daftar Nama Ahli Aiken's V .....	61
Tabel 3. 6 Blueprint Skala Compulsive Buying saat Proses Aiken's V .....	62
Tabel 3. 7 Validitas Skala Compulsive Buying .....	63
Tabel 3. 8 Blueprint Skala Compulsive Buying Setelah Uji Coba .....	64
Tabel 3. 9 Validitas Skala Strategi Coping Stress .....	64
Tabel 3. 10 Blueprint Skala Strategi Coping Stress Setelah Uji Coba .....	65
Tabel 3. 11 Validitas Skala Social Support.....	66
Tabel 3. 12 Blueprint Skala Social Support Setelah Uji Coba.....	66
Tabel 3. 13 Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 3. 14 Kategorisasi Data .....	70
Tabel 4. 1 Karakteristik Demografis.....	75
Tabel 4. 2 Gender x Compulsive Buying.....	77
Tabel 4. 3 Instansi x Compulsive Buying .....	77
Tabel 4. 4 Daerah Asal x Compulsive Buying.....	78
Tabel 4. 5 Sumber Penghasilan x Compulsive Buying.....	78
Tabel 4. 6 Jenis Kelamin x Strategi Coping Stress .....	79
Tabel 4. 7 Instansi x Strategi Coping Stress .....	80
Tabel 4. 8 Asal Daerah x Strategi Coping Stress.....	80
Tabel 4. 9 Jenis Kelamin x Social Support .....	81
Tabel 4. 10 Universitas x Social Support.....	81
Tabel 4. 11 Asal Daerah x Social Support.....	82
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Variabel .....	83
Tabel 4. 13 Norma Kategorisasi Variabel.....	84
Tabel 4. 14 Kategorisasi Variabel Strategi Coping Stress .....	84
Tabel 4. 15 Kategorisasi Variabel Social Support .....	85

Tabel 4. 16 Kategorisasi Variabel Compulsive Buying.....	85
Tabel 4. 17 Dimensi Strategi Coping Stress .....	86
Tabel 4. 18 Indikator Strategi Coping Stress .....	87
Tabel 4. 19 Dimensi Social Support .....	88
Tabel 4. 20 Dimensi Compulsive Buying.....	88
Tabel 4. 21 Uji normalitas.....	90
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinearitas.....	91
Tabel 4. 23 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	92
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Uji F.....	93
Tabel 4. 25 Hasil Uji T.....	94
Tabel 4. 26 Hasil Standardized Coefficients.....	94
Tabel 4. 27 Hasil Koefisien Determinasi .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	52
Gambar 3. 1 Rumus Cochran .....	55
Gambar 3. 2 Rumus Regresi .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian .....	119
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	124
Lampiran 3 Hasil Penilaian Ahli Panel.....	127
Lampiran 4 Hasil Aiken's .....	128
Lampiran 5 Uji Validitas.....	129
Lampiran 6 Uji Reliabilitas .....	132
Lampiran 7 Hasil Pengisian Skala .....	133
Lampiran 8 Data Demografis.....	136
Lampiran 9 Uji Asumsi.....	137
Lampiran 10 Analisis Deskriptif.....	138
Lampiran 11 Uji Hipotesis .....	139
Lampiran 12 Uji Tambahan .....	140

## ABSTRAK

Mumtaza, Atira. 2025. Pengaruh Strategi *Coping Stress* dan *Social Support* terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Mahasiswa Rantau. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen pembimbing: Dr. Retno Mangestuti, M.Si

---

Mahasiswa rantau kerap menghadapi berbagai tekanan psikologis dan tantangan adaptasi yang memicu stres, yang dapat mendorong mereka pada perilaku tidak adaptif seperti *compulsive buying*. Perilaku ini sering digunakan sebagai strategi pelarian untuk meredakan stres jangka pendek. Di sisi lain, dukungan sosial diyakini berperan sebagai faktor protektif yang dapat meredam dampak negatif stres terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi strategi *coping stress* dan dukungan sosial terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 400 mahasiswa rantau yang aktif menempuh pendidikan di perguruan tinggi negeri Kota Malang. Instrumen yang digunakan adalah tiga skala yang disusun oleh peneliti, yaitu skala *compulsive buying* berdasarkan teori Edwards (1993), skala strategi *coping stress* berdasarkan teori Lazarus dan Folkman (1984), dan skala *social support* berdasarkan teori Zimet (1988).

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi *coping stress* ( $B = -0.550$ ,  $p = 0,000$ ) dan dukungan sosial ( $B = -0,483$ ,  $p = 0,000$ ) berkontribusi terhadap perilaku *compulsive buying*. Uji F memperlihatkan adanya pengaruh simultan yang signifikan dengan nilai sebesar 0,000 dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,723. Artinya, strategi *coping stress* dan dukungan sosial secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 72,3% terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa rantau.

**Kata Kunci:** Compulsive Buying, Mahasiswa Rantau, Social Support, Strategi Coping Stress

## ABSTRACT

Mumtaza, Atira. 2025. The Influence of Stress Coping Strategies and Social Support on Compulsive Buying Behavior among Overseas Students. Thesis. Faculty of Psychology, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

Thesis Advisor: Dr. Retno Mangestuti, M.Si.

---

---

Overseas students often face various psychological pressures and adaptation challenges that trigger stress, which may lead them to engage in maladaptive behaviors such as compulsive buying. This behavior is often used as an escape strategy to relieve short-term stress. On the other hand, social support is believed to function as a protective factor that can buffer the negative impact of stress on consumer behavior. This study aims to analyze the contribution of stress coping strategies and social support to compulsive buying behavior among overseas students.

This research employs a quantitative method with multiple linear regression analysis. The sampling technique used is purposive sampling. The participants in this study consisted of 400 overseas students actively pursuing their education at public universities in Malang City. The instruments used were three scales developed by the researcher: a compulsive buying scale based on the theory of Edwards (1993), a stress coping strategy scale based on the theory of Lazarus and Folkman (1984), and a social support scale based on the theory of Zimet (1988).

The analysis results showed that stress coping strategies ( $B = -0.550$ ,  $p = 0.000$ ) and social support ( $B = -0.483$ ,  $p = 0.000$ ) contributed to compulsive buying behavior. The F-test indicated a significant simultaneous effect with a value of 0.000, and the coefficient of determination ( $R^2$ ) was 0.723. This means that stress coping strategies and social support together contributed 72.3% to compulsive buying behavior among overseas students.

**Keywords:** Compulsive Buying, Stress Coping Strategies, Social Support, Overseas Students

## المخلص

منتازة، أثيره. ٢٠٢٥. تأثير استراتيجيات مواجهة التوتر والدعم الاجتماعي على سلوك الشراء القهري لدى الطلاب المغتربين. رسالة جامعية. كلية علم النفس، جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج المشرفة الأكاديمية: الدكتورة ريتنو مانغستوتي، ماجستير في العلوم

غالبًا ما يواجه الطلاب المغتربون ضغوطًا نفسية وتحديات في التكيف تؤدي إلى التوتر، مما قد يدفعهم إلى سلوكيات غير تكيفية مثل الشراء القهري. وغالبًا ما يُستخدم هذا السلوك كاستراتيجية هروب لتخفيف التوتر على المدى القصير. من ناحية أخرى، يُعتقد أن الدعم الاجتماعي يلعب دورًا وقائيًا يمكنه التخفيف من التأثير السلبي للتوتر على السلوك الاستهلاكي. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مساهمة استراتيجيات مواجهة التوتر والدعم الاجتماعي في سلوك الشراء القهري لدى الطلاب المغتربين

استخدمت هذه الدراسة المنهج الكمي مع تقنية تحليل الانحدار الخطي المتعدد. وتم استخدام أسلوب العينة الهادفة في اختيار المشاركين. وبلغ عدد المشاركين في هذه الدراسة 400 طالب مغترب يدرسون بنشاط في الجامعات الحكومية في مدينة مالانغ. وتم استخدام ثلاث مقاييس تم إعدادها من قبل الباحث، وهي: مقياس الشراء القهري استنادًا إلى نظرية إدواردز (١٩٩٣)، ومقياس استراتيجيات مواجهة التوتر استنادًا إلى نظرية لازاروس وفولكمان (١٩٨٤)، ومقياس الدعم الاجتماعي استنادًا إلى نظرية زيمت (١٩٨٨)

أظهرت نتائج التحليل أن استراتيجيات مواجهة التوتر (-٠,٥٥٠) والدعم الاجتماعي (-٠,٣٨٤) وجود تأثير متزامن معنوي بقيمة ٠.٠٠٠ ومعامل (F) تساهم في سلوك الشراء القهري. وأظهر اختبار بلغ ٠,٧٢٣، مما يعني أن استراتيجيات مواجهة التوتر والدعم الاجتماعي تساهم معًا بنسبة (R<sup>2</sup>) تحديد في سلوك الشراء القهري لدى الطلاب المغتربين ٧٢.٣٪.

**الكلمات المفتاحية:** الشراء القهري، استراتيجيات مواجهة التوتر، الدعم الاجتماعي، الطلاب المغتربون

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Compulsive buying* merupakan fenomena psikologis yang berkaitan erat dengan pola konsumsi yang tidak sehat dan berdampak pada kesejahteraan psikologis maupun finansial individu. Perilaku ini ditandai dengan dorongan kuat untuk terus melakukan pembelian meskipun tidak memiliki kebutuhan nyata terhadap barang yang dibeli, menurut Edwards (1993), ciri khas dari *compulsive buying* meliputi kecenderungan berbelanja secara terus-menerus, munculnya dorongan impulsif saat berbelanja, perasaan bahagia ketika melakukan pembelian, membeli barang di luar kebutuhan aktual, hingga timbulnya rasa bersalah atau menyesal setelah transaksi dilakukan. Aktivitas belanja dalam konteks ini bukanlah bentuk perilaku fungsional, melainkan manifestasi dari upaya untuk mengelola emosi negatif secara tidak adaptif. Perilaku ini lebih dari sekedar kebiasaan konsumtif, melainkan bentuk mekanisme pelarian dari tekanan psikologis yang dapat menimbulkan konsekuensi jangka panjang seperti penyesalan, utang, bahkan gangguan emosional (Black, 2007).

*Compulsive buying* dipengaruhi oleh berbagai faktor psikososial yang saling berkaitan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa variabel psikologis seperti strategi *coping stress* dan *low self-control* memainkan peran penting dalam mendorong perilaku ini. Individu yang tidak mampu menghadapi tekanan secara efektif, atau yang memiliki kemampuan kontrol diri yang rendah, lebih rentan untuk menggunakan aktivitas belanja sebagai mekanisme *coping* terhadap stres atau kecemasan (Miltenberger et al., 2003; Ridgway et al., 2008). Selain itu, faktor-faktor kepribadian seperti *neurotisisme*, impulsivitas, dan kecenderungan mencari sensasi juga berkontribusi terhadap munculnya perilaku belanja kompulsif. *Compulsive buying* tidak hanya

mencerminkan perilaku impulsif biasa, melainkan melibatkan dinamika kepribadian dan respons terhadap tekanan emosional yang kompleks.

Penelitian oleh Weinstein & Mezig (2015) menemukan bahwa faktor sosial dan emosional memiliki kontribusi signifikan terhadap *compulsive buying*. *Social support* yang rendah sering kali menyebabkan individu merasa kesepian dan kurangnya regulasi sosial, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk mencari kenyamanan emosional melalui aktivitas belanja (Park & Kim, 2008). Keadaan ini semakin diperparah apabila individu memiliki *low self-esteem*, yang membuat mereka cenderung mencari validasi atau penguatan diri melalui kepemilikan barang-barang tertentu (Dittmar, 2005). *Loneliness* atau perasaan kesepian yang kronis juga terbukti meningkatkan risiko pembelian impulsif karena individu merasa terpenuhi secara emosional dengan berbelanja, meskipun hanya sementara (Roberts et al., 2014). Kompleksitas faktor-faktor ini menunjukkan bahwa *compulsive buying* bukanlah fenomena tunggal, melainkan hasil interaksi berbagai aspek psikologis dan sosial yang perlu dianalisis secara menyeluruh.

Isu *compulsive buying* pertama kali mendapat perhatian dalam literatur psikologi pada awal abad ke-20 dengan istilah awal "*oniomania*" yang diperkenalkan oleh Emil Kraepelin (1915), yang menggambarkan perilaku belanja secara patologis sebagai gangguan kejiwaan. Namun, kajian ilmiah yang lebih sistematis tentang perilaku ini baru berkembang pesat sejak tahun 1990-an, seiring dengan meningkatnya perhatian terhadap gangguan perilaku yang berkaitan dengan konsumsi. Salah satu tonggak awal adalah penelitian McElroy et al. (1994), yang mengusulkan kriteria diagnostik untuk *compulsive buying disorder* dan menjelaskan perilaku ini sebagai bentuk gangguan kontrol impuls. Sejak saat itu, penelitian mulai mengeksplorasi hubungan antara perilaku belanja kompulsif dengan aspek psikologis seperti stres, kontrol diri, harga diri, serta faktor sosial seperti dukungan sosial dan kesepian.

Penelitian oleh Kukar-Kinney et al. (2012) menyoroti hubungan antara tekanan psikologis, kontrol impuls, dan *compulsive buying* pada konsumen muda. Temuan mereka menunjukkan bahwa individu dengan tingkat impulsivitas tinggi cenderung lebih mudah melakukan pembelian impulsif sebagai respons terhadap stres emosional. Studi ini juga menegaskan pentingnya mengkaji faktor-faktor kepribadian dan emosional dalam memahami mekanisme psikologis di balik keputusan membeli yang tidak rasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif survei dengan sampel mahasiswa dan konsumen muda, dan berhasil menunjukkan bahwa *compulsive buying* merupakan perilaku yang memiliki akar psikologis yang kuat.

Penelitian oleh Harvanko et al. (2013) lebih lanjut meneliti hubungan antara strategi *coping stress* dengan kecenderungan belanja kompulsif pada mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang lebih sering menggunakan strategi *emotion-focused coping* memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk terlibat dalam perilaku belanja kompulsif dibandingkan dengan mereka yang menggunakan strategi *problem-focused coping*. Studi ini penting karena secara eksplisit menunjukkan bagaimana kemampuan individu dalam mengelola stres berperan sebagai prediktor perilaku konsumtif yang maladaptif. Selain itu, hasil penelitian ini menyoroti perlunya pendekatan intervensi psikologis yang menargetkan peningkatan keterampilan coping sebagai langkah preventif terhadap perilaku konsumtif ekstrem.

Studi oleh Lo & Harvey (2021) menambahkan perspektif sosial dengan meneliti bagaimana perasaan kesepian dan rendahnya dukungan sosial berkontribusi terhadap peningkatan pembelian kompulsif. Penelitian ini menemukan bahwa individu yang merasa terasing secara sosial cenderung menggantikan kekosongan emosional mereka melalui aktivitas belanja sebagai bentuk kompensasi psikologis. Relevansi dari ketiga penelitian ini sangat berkaitan dengan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Penelitian ini menggabungkan kedua aspek penting strategi coping dan dukungan sosial dalam satu model konseptual untuk menjelaskan *compulsive*

*buying* pada mahasiswa rantau, yang menjadi kelompok rentan karena harus menghadapi stres akademik dan adaptasi sosial tanpa dukungan langsung dari keluarga. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi kontekstual baru dalam ranah mahasiswa rantau di Indonesia.

Fenomena *compulsive buying* tetap menjadi isu yang relevan untuk diteliti hingga saat ini, terutama di kalangan mahasiswa rantau. Dalam kehidupan mahasiswa yang menghadapi tekanan akademik, emosional, dan finansial secara bersamaan, belanja sering kali digunakan sebagai pelarian emosional. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap tiga mahasiswa rantau, diperoleh gambaran bahwa perilaku belanja mereka mencerminkan lima indikator *compulsive buying* sebagaimana dikemukakan oleh Edwards (1993), Mahasiswa dari UB berinisial M mengatakan:

*“Aku hampir tiap minggu belanja online, padahal barang-barangnya belum tentu dipakai.”*

M mengaku bahwa kegiatan belanja sering dilakukan saat merasa bosan, jenuh, atau lelah dengan aktivitas kuliah yang padat. Belanja menjadi semacam rutinitas yang memberi rasa puas sementara, meskipun barang yang dibeli jarang digunakan. Mahasiswa ini tidak memiliki perencanaan atau pertimbangan khusus sebelum membeli, dan lebih banyak melakukannya karena kebiasaan dan dorongan sesaat. Ketika ditanya apakah ada perasaan menyesal, M menjawab bahwa terkadang baru menyadari bahwa uangnya cepat habis tanpa tahu habis untuk apa. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas belanja dijadikan pelampiasan stres, namun berdampak pada ketidakstabilan keuangan pribadi.

*“Kalo lihat barang lucu atau diskon, rasanya kayak harus beli sekarang juga. Kalau nggak beli, kepikiran terus.”*

Mahasiswa berinisial D dari UIN menjelaskan bahwa dorongan membeli muncul secara tiba-tiba saat melihat produk tertentu, terutama saat sedang scroll media sosial atau *marketplace*. Setelah barang dipesan dan diterima, muncul rasa senang yang digambarkan seperti “dapat hadiah.”

Namun, D juga menyadari bahwa banyak barang yang akhirnya hanya disimpan dan tidak digunakan. Melalui percakapan lanjutan, D mengakui bahwa dirinya sering merasa bersalah setelah membeli sesuatu yang tidak penting, apalagi jika uang bulanan mulai menipis. D menyebut bahwa perasaan senang saat membeli hanya berlangsung sebentar, dan sering kali digantikan oleh rasa menyesal yang berkepanjangan.

Sementara itu mahasiswa berinisial E dari UM mengatakan:

*“Aku suka belanja pas lagi stres, biasanya setelah ujian atau kalau habis berantem sama pacar. Rasanya lebih tenang aja.”*

Bahwa belanja menjadi semacam pelarian saat merasa emosinya tidak stabil. Barang yang dibeli pun tidak selalu dibutuhkan, seperti makanan mahal, pakaian, atau barang-barang kecil lainnya. Baginya, proses memilih dan membeli barang membawa ketenangan tersendiri. Namun, E juga sering merasa bersalah setelah membeli, E menyadari bahwa pengeluaran yang dilakukan tidak sebanding dengan manfaatnya. Di akhir bulan, E sering kebingungan mengatur keuangan karena sebagian besar uang habis untuk hal-hal yang tidak direncanakan. Mahasiswa ini bahkan mengaku bahwa rasa sesal sering kali muncul lebih lama dibandingkan rasa senang yang ia rasakan saat berbelanja. Hal ini konsisten dengan dimensi emosional dalam perilaku *compulsive buying* yang menyiratkan siklus euforia-singkat diikuti penyesalan (Dittmar, 2005).

Temuan ini sejalan dengan pendapat ahli perilaku konsumen, Prof. Adrian Furnham, yang menyatakan bahwa “perilaku belanja kompulsif adalah bentuk regulasi emosi negatif yang bersifat tidak sehat, dan cenderung meningkat pada kelompok usia muda yang rentan secara emosional.” Dalam konteks mahasiswa rantau, kondisi jauh dari dukungan sosial utama seperti keluarga memperbesar kemungkinan mereka menjadikan aktivitas belanja sebagai bentuk penguatan diri. Selain itu, penelitian oleh Müller et al. (2022) menunjukkan bahwa *compulsive buying* meningkat secara signifikan di kalangan mahasiswa pasca pandemi COVID-19, disebabkan meningkatnya stres dan isolasi sosial. Penelitian ini juga menemukan bahwa mahasiswa yang

mengalami tekanan emosional tinggi lebih mungkin merespons dengan pembelian kompulsif yang berujung pada penyesalan finansial dan psikologis.

Penelitian oleh Lo & Harvey (2021) juga memperkuat bahwa kekurangan dukungan sosial dan munculnya kesepian berkontribusi terhadap pembelian impulsif sebagai kompensasi emosional. Hal ini sangat relevan dengan mahasiswa rantau yang kerap mengalami kesepian dalam masa adaptasi. Maka dari itu, urgensi untuk meneliti *compulsive buying* saat ini tidak hanya berkaitan dengan tren konsumtif di kalangan mahasiswa, tetapi juga untuk memahami akar psikososial dari perilaku tersebut. Dengan mengkaji lebih dalam strategi *coping stress* dan tingkat *social support*, penelitian ini dapat memberi kontribusi praktis dalam pengembangan intervensi preventif, khususnya melalui bimbingan konseling atau edukasi finansial di lingkungan kampus.

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, perilaku *compulsive buying* dipengaruhi oleh berbagai faktor psikososial. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dua variabel utama yang diduga berperan penting, yaitu strategi *coping stress* dan *social support*. Pemilihan dua variabel ini didasarkan pada sejumlah temuan empiris yang menunjukkan bahwa tekanan psikologis yang tidak dikelola secara adaptif, serta rendahnya dukungan sosial, merupakan dua penyebab utama perilaku konsumtif yang maladaptif. Mahasiswa rantau adalah kelompok yang rentan mengalami stres karena harus menghadapi tantangan akademik, finansial, dan sosial secara bersamaan, yang dapat mendorong mereka melampiaskan beban emosional melalui aktivitas belanja kompulsif (Miltenberger et al., 2003; Müller et al., 2022).

Strategi *coping stress* menjadi variabel yang penting karena strategi ini mencerminkan cara individu mengelola tekanan dan emosi dalam kehidupannya. Lazarus & Folkman (1984) mengklasifikasikan strategi coping ke dalam dua bentuk, yaitu *problem-focused coping* dan *emotion-focused coping*. Individu yang menggunakan pendekatan *emotion-focused coping*, seperti menghindar atau mencari kenyamanan sesaat, cenderung lebih mudah terlibat dalam perilaku belanja kompulsif sebagai bentuk pengalihan emosi

negatif. Dilihat dari konteks mahasiswa rantau, penggunaan strategi coping yang tidak adaptif sering kali menjadi jalan pintas untuk mengurangi tekanan psikologis, namun berdampak buruk dalam jangka panjang. Oleh karena itu, mengukur strategi coping menjadi krusial untuk memahami bagaimana seseorang merespons stres yang berkaitan dengan pembelian kompulsif.

Variabel *social support* juga relevan dalam menjelaskan fenomena *compulsive buying*, terutama karena keberadaan dukungan sosial yang memadai terbukti dapat memperkuat ketahanan psikologis individu. Cohen & Wills (1985) dalam *buffering hypothesis*-nya menyatakan bahwa dukungan sosial dapat meredam dampak negatif stres terhadap kesehatan mental seseorang. Mahasiswa rantau yang memiliki sedikit akses terhadap dukungan emosional dari keluarga atau teman berisiko merasa kesepian dan tidak berdaya, yang kemudian mencari kompensasi emosional melalui konsumsi barang. Penelitian oleh Lo & Harvey (2021) mendukung bahwa rendahnya *social support* memperbesar kemungkinan seseorang melakukan *compensatory consumption*, termasuk pembelian kompulsif. Maka dari itu, variabel ini perlu dikaji lebih lanjut untuk melihat sejauh mana tingkat dukungan sosial berkaitan dengan kecenderungan belanja kompulsif pada mahasiswa.

Meskipun perilaku *compulsive buying* telah banyak dikaji, masih terdapat kesenjangan penelitian dalam memahami bagaimana interaksi antara strategi *coping* stres dan dukungan sosial berpengaruh terhadap kecenderungan mahasiswa rantau dalam melakukan pembelian kompulsif. Namun sebagian besar masih berfokus pada satu atau dua variabel secara terpisah, tanpa melihat pengaruh simultan antara strategi *coping* stres dan dukungan sosial, khususnya dalam konteks mahasiswa rantau. Penelitian oleh Sapardo (2019), meneliti hubungan antara *coping* stres dan dukungan sosial pada mahasiswa rantau yang bekerja, namun tidak membahas keterkaitannya dengan perilaku *compulsive buying*. Sementara itu, Geovani & Arswimba (2023) lebih menyoroti perilaku konsumtif daring mahasiswa rantau, namun belum mengaitkan temuan tersebut dengan faktor psikologis seperti coping

stres atau dukungan sosial. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan dan penting, karena dapat memberikan wawasan lebih mendalam mengenai peran kedua faktor tersebut, baik dalam meningkatkan maupun mengurangi kecenderungan belanja kompulsif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk memahami sejauh mana strategi *coping* stres yang digunakan oleh mahasiswa rantau dan dukungan sosial yang mereka dapatkan dalam menghadapi tekanan akademik dan sosial dapat berkontribusi terhadap kecenderungan dalam melakukan pembelian kompulsif. Sehingga peneliti dapat memberikan judul “Pengaruh Strategi *Coping Stress* dan *Social Support* terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Mahasiswa Rantau”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat strategi *coping* stres pada mahasiswa rantau?
2. Bagaimana tingkat *social support* pada mahasiswa rantau?
3. Bagaimana tingkat *compulsive buying* pada mahasiswa rantau?
4. Bagaimana strategi *coping* stres memengaruhi perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau?
5. Bagaimana pengaruh *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau?
6. Bagaimana strategi *coping* stres dan *social support* dalam memengaruhi perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui tingkat strategi *coping* stres pada mahasiswa rantau
2. Mengetahui tingkat *social support* pada mahasiswa rantau
3. Mengetahui tingkat *compulsive buying* pada mahasiswa rantau
4. Mengetahui pengaruh strategi *coping* stres terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau

5. Menganalisis pengaruh *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau
6. Menganalisis strategi *coping* stres dan *social support* dalam memengaruhi perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya wawasan ilmiah di bidang psikologi, khususnya terkait dengan perilaku konsumtif dan faktor-faktor psikososial yang memengaruhinya. Dengan memahami perilaku *compulsive buying* dari perspektif strategi *coping* stres dan *social support*, penelitian ini akan membantu memperjelas bagaimana individu merespons tekanan emosional melalui perilaku konsumtif yang berlebihan. Penelitian ini akan mengeksplorasi peran strategi *coping* stres dan *social support* dalam perilaku *compulsive buying* dan sejauh mana coping stres dan dukungan sosial dapat menjadi faktor protektif yang mampu mengurangi kecenderungan perilaku tersebut.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai dampak negatif dari perilaku *compulsive buying* serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Dengan mengetahui bagaimana strategi *coping* stres dan dukungan sosial dapat berperan dalam memicu atau mengurangi kecenderungan pembelian kompulsif, mahasiswa diharapkan dapat lebih sadar dalam mengelola stres dan mengoptimalkan dukungan sosial untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Kesadaran ini penting karena mahasiswa rantau sering kali menghadapi tekanan akademik, sosial, dan ekonomi yang dapat meningkatkan risiko mereka untuk terlibat dalam perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. *Compulsive Buying*

##### 1. Pengertian *Compulsive Buying*

*Compulsive buying*, sebagaimana dijelaskan oleh Edwards (1993), merupakan dorongan tak terkendali untuk membeli barang dalam jumlah berlebihan tanpa pertimbangan rasional. Perilaku ini sering kali disertai dengan kecemasan sebelum melakukan pembelian serta perasaan puas atau justru bersalah setelahnya. Edwards menekankan bahwa *compulsive buying* bukan sekedar kebiasaan belanja yang berlebihan, melainkan sebuah gangguan psikologis yang dapat menimbulkan dampak serius, baik secara finansial maupun emosional. Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa perilaku ini kerap dikaitkan dengan masalah psikologis yang mendasarinya, seperti kecemasan dan stres yang belum terselesaikan. Individu yang mengalami *compulsive buying* cenderung memiliki pola pikir obsesif terhadap aktivitas belanja sebagai bentuk pelarian dari emosi negatif yang mereka rasakan. Akibatnya, perilaku ini dapat berkembang menjadi siklus berulang yang sulit dihentikan tanpa adanya intervensi yang tepat.

Dittmar (2005) serta O'Guinn & Faber (1989) turut mengemukakan pandangan mereka mengenai *compulsive buying*. Dittmar (2005) menjelaskan bahwa perilaku ini muncul sebagai cara individu untuk memenuhi kebutuhan psikologis, seperti meningkatkan rasa percaya diri atau meredakan stres emosional, ia menyoroti bahwa individu dengan kecenderungan *compulsive buying* kerap menghubungkan kebahagiaan serta identitas diri mereka dengan barang yang dibeli. Akibatnya, belanja menjadi sarana utama bagi mereka untuk merasa lebih berharga dan diterima dalam lingkungan sosial. Sementara itu, O'Guinn & Faber (1989) menekankan bahwa *compulsive buying* merupakan bentuk konsumsi yang

maladaptif, di mana seseorang kehilangan kendali atas kebiasaannya dalam berbelanja hingga menimbulkan dampak negatif, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Mereka juga menambahkan bahwa perilaku ini cenderung terjadi secara berulang dapat semakin memburuk seiring waktu, terutama jika individu tidak memiliki mekanisme pengendalian diri yang memadai.

McElroy et al. (1994) dan Müller et al. (2015) mengungkapkan bahwa *compulsive buying* memiliki keterkaitan dengan gangguan impulsif. McElroy et al. (1994) menjelaskan bahwa perilaku ini memiliki kesamaan dengan gangguan kontrol impuls lainnya, seperti perjudian patologis. Mereka menemukan bahwa individu dengan *compulsive buying* cenderung kesulitan mengendalikan dorongan untuk berbelanja, yang biasanya dipicu oleh emosi negatif atau tekanan psikologis. Sementara itu, Müller et al. (2015) menyoroti aspek neurobiologis dari *compulsive buying*, di mana aktivitas otak yang terlibat dalam perilaku ini serupa dengan yang terjadi pada gangguan kecanduan lainnya. Hal ini menyebabkan individu terus melakukan pembelian meskipun menyadari dampak negatifnya. Penelitian mereka juga menunjukkan bahwa individu dengan *compulsive buying* memiliki aktivitas berlebihan pada sistem *reward* di otak, sehingga mereka terdorong untuk berbelanja guna memperoleh sensasi kepuasan sementara.

Black (2007) dan Ridgway et al. (2008) mengungkapkan bahwa *compulsive buying* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh lingkungan dan kondisi sosial. Black (2007) berpendapat bahwa budaya konsumtif dan tekanan sosial dapat memperparah kecenderungan seseorang untuk berbelanja secara kompulsif. Ia menyoroti peran iklan, media sosial, serta norma budaya yang menjadikan konsumsi sebagai simbol status sosial, yang pada akhirnya mendorong individu untuk terus berbelanja tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap keuangan mereka. Sementara itu, Ridgway et al. (2008) menambahkan bahwa faktor emosional, seperti perasaan kesepian atau ketidakpuasan diri, juga berkontribusi terhadap perilaku ini. Mereka menemukan bahwa individu yang merasa kesepian cenderung menggunakan aktivitas belanja sebagai

pelarian dari emosi negatif yang mereka alami. Temuan ini menunjukkan bahwa *compulsive buying* tidak hanya bersumber dari dorongan internal, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yang memperkuat kebiasaan konsumtif. Dengan semakin mudahnya akses terhadap belanja serta tekanan sosial yang mendorong konsumsi, individu yang mengalami ketidakstabilan emosional menjadi lebih rentan terhadap perilaku *compulsive buying*.

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dikemukakan, *compulsive buying* dapat dipahami sebagai perilaku belanja yang tidak terkendali dan bersifat kompulsif, yang sering kali dilakukan sebagai cara untuk meredakan stres atau memenuhi kebutuhan emosional tertentu. Namun, alih-alih memberikan solusi, perilaku ini justru berdampak negatif bagi individu yang mengalaminya. *Compulsive buying* bukan sekadar kebiasaan berbelanja secara berlebihan, melainkan bentuk mekanisme *coping* yang tidak adaptif terhadap tekanan psikologis. Selain itu, perilaku ini cenderung bersifat siklus, di mana individu semakin terperangkap dalam pola konsumsi yang merugikan, terutama jika tidak mendapatkan intervensi yang tepat.

## 2. Karakteristik *Compulsive Buying*

Dalam penelitian O'Guinn & Faber (1989) "*Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration*" menyatakan bahwa *compulsive buying* memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari perilaku belanja biasa.

### a. Dorongan Emosional yang Kuat (*Emotional Motivation*)

*Compulsive buying* sering kali berakar pada kebutuhan emosional yang mendalam. Individu dengan perilaku ini menggunakan belanja sebagai mekanisme *coping* untuk mengurangi stres, mengatasi kecemasan, atau mencari kenyamanan. Individu ini cenderung memiliki tingkat kecemasan yang lebih tinggi dan lebih rentan terhadap tekanan emosional. Belanja menjadi cara pelarian untuk

menghindari perasaan tidak nyaman seperti kesepian, ketidakpuasan, atau ketegangan.

**b. Kurangnya Kontrol Diri (*Lack of Self-Control*)**

Salah satu ciri utama dari *compulsive buying* adalah ketidakmampuan individu untuk mengendalikan dorongan membeli. Meskipun mereka menyadari bahwa pembelian tersebut tidak diperlakukan atau bahkan berpotensi merugikan, dorongan tersebut tetap sulit untuk dibendung. Hal ini terkait dengan rendahnya *self-regulation* dan ketidakmampuan menunda kepuasan (*delayed gratification*), yang membuat individu lebih impulsif dalam mengambil keputusan pembelian

**c. Perasaan Euforia Sementara (*Temporary Euphoria*)**

Setelah melakukan pembelian, individu biasanya merasakan sensasi kenikmatan, kegembiraan, atau kepuasan yang bersifat sementara. Namun, perasaan ini cenderung cepat memudar dan sering kali diikuti dengan perasaan penyesalan atau rasa bersalah terkait konsekuensi pembelian tersebut. Fenomena ini mirip dengan siklus perilaku adiktif, di mana pencarian euforia jangka pendek menjadi pemicu utama untuk terus melakukan pembelian.

**d. Pola Perilaku Berulang (*Repetitive Behavior*)**

*Compulsive buying* bukanlah yang terjadi sesekali, melainkan menjadi kebiasaan yang terus-menerus meskipun menyadari dampak negatifnya. Pola ini menunjukkan adanya ketergantungan pada aktivitas belanja untuk mengatasi masalah emosional atau psikologis. Sering kali, individu merasa terjebak dalam siklus belanja yang sulit dihentikan meskipun telah mengalami dampak buruk.

**e. Konsekuensi Negatif (*Negative Consequences*)**

Perilaku *compulsive buying* sering kali membawa dampak negatif yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan individu. Masalah finansial seperti hutang menumpuk, kesulitan memenuhi kebutuhan dasar, hingga kebangkrutan menjadi konsekuensi umum.

Selain itu, konflik interpersonal dengan keluarga atau teman juga sering muncul karena perilaku belanja yang tidak terkendali.

**f. Motivasi Non-Instrumental (*Non-Functional Buying*)**

Pembelian yang dilakukan oleh individu dengan *compulsive buying* tidak didasarkan pada kebutuhan nyata atau kegunaan barang, melainkan lebih pada keinginan untuk meredakan ketegangan emosional atau memenuhi dorongan psikologis tertentu. Barang yang dibeli sering kali tidak benar-benar dibutuhkan atau bahkan jarang digunakan. Motivasi ini membuat pembelian menjadi tindakan simbolis untuk mengatasi perasaan negatif, bukan sebagai pemenuhan kebutuhan praktis.

Berdasarkan karakteristik *compulsive buying* yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa perilaku ini merupakan bentuk pelarian dari tekanan emosional. Ditandai dengan dorongan kuat untuk membeli, kurangnya kontrol diri, dan pencarian kepuasan sesaat yang sering diikuti penyesalan. Akibatnya, individu dapat mengalami dampak negatif secara finansial, emosional, dan sosial, sehingga perilaku ini dianggap maladaptif dan mirip dengan kecanduan.

**3. Dimensi *Compulsive Buying***

Edwards (1993) mengembangkan skala pembelian kompulsif untuk mengukur perilaku *compulsive buying*. Skala ini terdiri dari lima dimensi utama yang mencerminkan berbagai aspek perilaku tersebut.

**a. *Tendency to Spend***

Menggambarkan seberapa besar dorongan atau keinginan individu untuk melakukan pembelian, sering kali tanpa pertimbangan kebutuhan atau konsekuensi finansial. Individu dengan kecenderungan tinggi dalam dimensi ini biasanya merasa terdorong untuk membeli sesuatu hanya adanya kesempatan atau promosi, meskipun barang tersebut tidak benar-benar diperlukan.

**b. *Compulsion/Drive to Spend***

Menilai intensitas dorongan internal yang mendorong individu untuk berbelanja, meskipun mereka mungkin menyadari bahwa perilaku tersebut tidak rasional atau merugikan. Dorongan ini sering kali disertai dengan perasaan tegang yang hanya bisa diredakan dengan melakukan pembelian

**c. *Feeling Joy about Shopping and Spending***

Dimensi ini mengeksplorasi emosi dan perasaan yang terkait dengan aktivitas belanja dan pengeluaran, termasuk kegembiraan, kepuasan, atau bahkan rasa bersalah. Sebagian individu merasakan euforia sesaat ketika membeli barang, tetapi emosi ini sering kali diikuti oleh kecemasan atau penyesalan.

**d. *Dysfunctional Spending***

Mengukur sejauh mana pengeluaran individu untuk sesuai dengan kemampuan finansial mereka, yang dapat mengarah pada masalah keuangan atau hutang. Perilaku ini sering membuat individu mengabaikan anggaran dan kebutuhan esensial demi memenuhi dorongan belanja.

**e. *Post-Purchase Guilt***

Menilai tingkat rasa bersalah atau penyesalan yang dirasakan individu setelah melakukan pembelian, yang sering kali menjadi ciri khas dari perilaku *compulsive buying*. Rasa bersalah ini bisa muncul karena menyadari bahwa pembelian tersebut tidak diperlukan, merugikan keuangan, atau bertentangan dengan prioritas yang lebih penting.

Berdasarkan dimensi *compulsive buying* yang telah dijelaskan, perilaku *compulsive buying* melibatkan dorongan emosional, perasaan senang yang bersifat sementara, dan berbagai konsekuensi negatif seperti masalah keuangan dan rasa bersalah. Individu cenderung berbelanja tanpa alasan yang logis, didorong oleh tekanan dari dalam diri dan keinginan untuk merasa lebih baik. Meskipun memberi kepuasan sesaat, perilaku ini

menunjukkan bahwa *compulsive buying* bukan sekadar kebiasaan konsumtif, melainkan berkaitan dengan masalah psikologis yang lebih dalam.

#### 4. Fase-fase *Compulsive Buying*

Dalam artikelnya yang berjudul "*Compulsive Buying Disorder*" Donald W. Black mengidentifikasi empat fase utama dalam perilaku pembelian kompulsif.

##### a. *Anticipation*

Pada fase ini, individu mulai memikirkan tentang suatu barang yang ingin dibeli. Ada dorongan atau keinginan yang terus-menerus muncul, bahkan sebelum tindakan pembelian dilakukan. Pikiran ini sering kali disertai dengan rasa gelisah atau ketegangan. Semakin lama dorongan ini dibiarkan, semakin meningkat ketidaknyamanan emosional yang dirasakan individu, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk melakukan pembelian sebagai pelepasan.

##### b. *Preparation*

Individu mulai merencanakan pembelian, seperti mencari informasi tentang barang tersebut, memutuskan di mana akan membeli, atau memikirkan bagaimana mendapatkan uang untuk pembelian. Pada tahap ini, ekspektasi terhadap kenikmatan yang didapatkan dari membeli semakin meningkat. Fase ini sering disertai dengan perasaan antusias dan berfantasi tentang bagaimana barang tersebut dapat meningkatkan suasana hati atau status sosial individu.

##### c. *Shopping*

Ini adalah fase di mana individu benar-benar melakukan pembelian. Biasanya dilakukan dengan perasaan euforia atau kegembiraan yang intens. Namun, tindakan pembelian ini sering kali impulsif dan kurang mempertimbangkan kebutuhan atau kondisi finansial. Pada momen ini, individu cenderung kehilangan kendali dan

fokus pada kesenangan sesaat yang diperoleh dari memiliki barang yang digunakan.

#### **d. *Post-Purchase***

Setelah pembelian, individu sering kali merasa menyesal, bersalah, atau kecewa. Barang yang dibeli mungkin saja tidak benar-benar dibutuhkan, dan perasaan puas yang diharapkan sering kali tidak bertahan lama. Pada tahap ini, individu mulai menyadari dampak negatif dari keputusan belanja mereka, seperti masalah keuangan atau ketegangan dalam hubungan sosial yang justru memperburuk kondisi emosional mereka dan memicu siklus belanja berikutnya.

Fase-fase *compulsive buying* menunjukkan pola berulang yang dimulai dari dorongan emosional, perencanaan disertai harapan berlebih, hingga pembelian impulsif yang memberi kesenangan sesaat namun berujung penyesalan. Pola ini mencerminkan ketidakseimbangan antara kebutuhan emosional dan kontrol diri, di mana belanja menjadi pelarian sementara yang justru memperburuk kondisi psikologis dan finansial, membentuk siklus yang sulit dihentikan.

### **5. Faktor-faktor *Compulsive Buying***

Dalam Jurnal O'Guinn dan Faber yang berjudul "*Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration*" mengeksplorasi fenomena *compulsive buying* dan mengidentifikasi beberapa faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian kompulsif.

#### **a. Faktor Psikologis**

##### **1) Harga Diri yang Rendah (*Low Self-Esteem*)**

Individu dengan harga diri rendah cenderung menggunakan belanja sebagai cara untuk meningkatkan citra diri atau mendapatkan validasi sosial. Mereka merasa bahwa kepemilikan barang tertentu dapat meningkatkan status sosial atau memperbaiki citra diri di mata orang lain.

## 2) Regulasi Emosi (*Emotional Regulation*)

*Compulsive buying* sering kali dilakukan sebagai mekanisme coping untuk mengurangi stres, kecemasan, atau ketegangan emosional lainnya. Belanja menjadi pelarian sementara dari masalah emosional, meskipun efeknya hanya sementara dan sering kali diikuti oleh rasa bersalah atau penyesalan.

## 3) Kebutuhan Penguatan Positif (*Need for Positive Reinforcement*)

Perasaan senang dan puas yang muncul setelah membeli barang menjadi penguatan positif yang mendorong individu untuk terus melakukan pembelian kompulsif. Sensasi euforia ini memperkuat perilaku belanja meskipun konsekuensi negatif seperti masalah finansial sudah mulai muncul.

### b. Faktor Kognitif

#### 1) Distorsi Kognitif (*Cognitive Distortion*)

Keyakinan irasional, seperti “Belanja akan membuat saya lebih bahagia” atau “Saya membutuhkan barang ini agar diterima secara sosial,” mendorong perilaku belanja yang tidak terkontrol. Pikiran-pikiran ini sering kali memperbesar persepsi kebutuhan terhadap barang yang sebenarnya tidak esensial.

#### 2) Kurangnya Kontrol Diri (*Lack of Self-Control*)

Individu sering kali kesulitan mengendalikan dorongan untuk membeli, meskipun menyadari konsekuensi negatif yang mungkin timbul. Mereka mungkin mencoba menahan diri tetapi akhirnya menyerah pada dorongan tersebut, terutama tergoda oleh promosi atau diskon.

### c. Faktor Situasional

#### 1) Lingkungan yang Mendukung (*Facilitating Environment*)

Iklan, diskon, dan promosi yang agresif dapat memicu individu untuk berbelanja secara impulsif dan kompulsif. Akses

mudah ke platforms belanja *online* juga memperburuk situasi dengan memungkinkan pembelian cepat tanpa banyak pertimbangan.

## 2) Tekanan Sosial (*Social Pressure*)

Ekspetasi sosial atau keinginan untuk mengikuti tren tertentu bisa menjadi pemicu perilaku *compulsive buying*. Individu merasa perlu membeli barang tertentu agar diterima dalam kelompok sosial atau dianggap sesuai dengan standar gaya hidup tertentu.

### d. Faktor Demografis dan Kultural

#### 1) Usia dan Jenis Kelamin

Studi menunjukkan bahwa wanita cenderung lebih rentan terhadap pembelian kompulsif dibandingkan pria, meskipun perilaku ini dapat terjadi pada semua kelompok usia. Perbedaan ini mungkin dipengaruhi oleh ekspetasi sosial dan peran gender terkait belanja.

#### 2) Latar Belakang Sosial dan Ekonomi

Individu dari berbagai tingkat ekonomi dapat mengalami *compulsive buying*, tetapi alasan dan konsekuensinya bisa berbeda tergantung pada kondisi finansial mereka. Mereka dengan kondisi finansial yang lebih baik mungkin tidak segera merasakan dampak negatif, sementara individu dengan keterbatasan ekonomi lebih cepat menghadapi masalah keuangan.

Berdasarkan faktor-faktor *compulsive buying*, ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam diri maupun dari lingkungan sekitar. Faktor internal seperti rendahnya rasa percaya diri, kesulitan dalam mengatur emosi, cara berpikir yang keliru, dan lemahnya kontrol diri, turut memicu perilaku ini. Sementara itu, faktor eksternal seperti tekanan sosial, lingkungan yang mendukung kebiasaan konsumtif, serta usia, jenis kelamin, dan kondisi ekonomi seseorang juga ikut memperkuatnya.

Gabungan dari berbagai faktor ini membuat *compulsive buying* menjadi perilaku yang kompleks dan sulit untuk dikendalikan.

## 6. *Compulsive Buying* dalam Perspektif Islam

Perilaku *compulsive buying* merujuk pada dorongan kuat untuk membeli barang tanpa pertimbangan rasional, seringkali untuk memenuhi keinginan emosional daripada kebutuhan nyata. Dalam Islam, perilaku ini tidak sejalan dengan prinsip-prinsip konsumsi yang dianjurkan, karena dapat mengarah pada pemborosan dan penggunaan harta yang tidak bijaksana. Islam mengajarkan keseimbangan dalam mengelola harta, di mana setiap pengeluaran seharusnya didasarkan pada kebutuhan dan manfaat yang jelas, bukan sekadar dorongan impulsif semata. Seorang Muslim dianjurkan untuk memiliki sikap qana'ah (merasa cukup) dan berusaha mengendalikan hawa nafsu dalam konsumsi agar tidak terjerumus dalam pola hidup konsumtif yang berlebihan. Al-Qur'an menekankan pentingnya sikap tidak berlebihan dalam konsumsi.

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِينَ

Artinya:

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf 7: Ayat 31)

Ayat ini menekankan larangan terhadap sikap berlebihan (*israf*) dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam hal konsumsi dan belanja. Islam mengajarkan keseimbangan antara menikmati rezeki yang halal dan tidak terjerumus dalam pemborosan yang tidak bermanfaat. *Compulsive buying* yang tidak didasarkan pada kebutuhan nyata dapat dianggap sebagai bentuk pemborosan yang dilarang dalam Islam karena berpotensi membawa dampak negatif, baik secara finansial, psikologis, maupun

sosial. Dalam ajaran Islam, harta yang dimiliki bukan sekadar untuk kesenangan pribadi, tetapi juga harus digunakan secara bijaksana, termasuk dengan berbagi kepada sesama yang membutuhkan melalui zakat, sedekah, dan infak. Dengan demikian, seorang Muslim seharusnya mengelola keuangan dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab agar terhindar dari perilaku konsumtif yang merugikan diri sendiri dan orang lain serta mendapatkan ketenangan, keberkahan, dan kesejahteraan dalam kehidupan.

## **B. Strategi *Coping Stress***

### **1. Pengertian Strategi *Coping Stress***

Lazarus & Folkman (1984) mendefinisikan strategi *coping* stres sebagai upaya kognitif dan perilaku yang dilakukan individu untuk menghadapi tekanan, baik dari dalam diri maupun dari lingkungan, yang dirasakan sebagai beban atau melebihi kapasitas yang dimiliki. *Coping* tidak hanya berfokus pada cara seseorang mengatasi stres, tetapi juga mencakup bagaimana individu beradaptasi dengan situasi yang penuh tekanan. Proses ini bersifat dinamis, artinya respons seseorang terhadap stres dapat berubah seiring waktu, tergantung pada bagaimana mereka mengevaluasi situasi yang dihadapi. Lazarus & Folkman menekankan bahwa *coping* adalah proses pembelajaran yang dapat membantu individu menemukan makna dari pengalaman sulit yang mereka hadapi. Dengan strategi *coping* yang tepat, seseorang tidak hanya mengurangi dampak negatif dari stres, tetapi juga berkembang dan beradaptasi lebih baik di masa depan.

Menurut Carver et al. (1989) strategi *coping* stres merupakan mekanisme yang digunakan individu untuk menghadapi, memahami, dan merespons situasi yang penuh tekanan. Carver menekankan bahwa *coping* bukan hanya sekedar usaha menghindari stres, tetapi juga mencakup strategi aktif, seperti penerimaan, perencanaan, dan pemanfaatan dukungan sosial. Sementara itu, Endler & Parker (1990) mendefinisikan

strategi *coping* stres sebagai suatu proses adaptasi individu terhadap situasi yang menekan dengan menggunakan berbagai cara untuk mengatasi atau mengelola stres. Ini membantu individu dalam mempertahankan keseimbangan emosional serta kesejahteraan psikologis.

Snyder & Dinoff (1999) menjelaskan bahwa *coping* merupakan proses yang dinamis, di mana individu secara aktif menyesuaikan strategi yang digunakan berdasarkan pengalaman serta kondisi yang dihadapi. Strategi *coping* ini dapat bersifat adaptif maupun maladaptif, tergantung pada sejauh mana strategi tersebut mampu mengurangi dampak stres serta berkontribusi terhadap kesejahteraan individu dalam jangka panjang. Sejalan dengan hal tersebut, Zeidner & Saklofske (1996) menekankan bahwa kemampuan individu dalam mengelola stres tidak hanya dipengaruhi oleh situasi eksternal, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti kepribadian dan kecerdasan emosional. Mereka mengungkapkan bahwa individu dengan kecerdasan emosional yang tinggi lebih mampu mengenali, memahami, serta mengatur emosi mereka secara efektif.

Compas et al. (2001) menjelaskan bahwa strategi *coping* stres merupakan mekanisme regulasi yang digunakan individu untuk mengendalikan aspek emosional dan kognitif dalam menghadapi situasi yang penuh tekanan. Efektivitas strategi ini sangat bergantung pada kemampuan individu dalam menyesuaikan pendekatan *coping* dengan stres yang dihadapi. Sementara itu, Skinner et al. (2003) menyoroti bahwa strategi *coping* bukanlah proses yang sederhana, melainkan melibatkan aspek motivasi, kognitif, dan perilaku yang menghadapi stresor. Ia menekankan pentingnya fleksibilitas dalam penggunaan strategi *coping*, karena tidak ada satu strategi yang selalu efektif untuk semua situasi.

Dengan kata lain, strategi *coping* stres dapat dipahami sebagai mekanisme yang digunakan untuk menyesuaikan diri dalam menghadapi tekanan psikologis yang muncul akibat tuntutan lingkungan maupun faktor internal melalui pemecahan masalah dan pengaturan emosi. Oleh karena

itu, strategi ini dapat disesuaikan dengan situasi serta bergantung pada penilaian individu terhadap sumber stres yang dihadapi.

## 2. Aspek-aspek Strategi *Coping Stress*

Lazarus & Folkman mengemukakan bahwa strategi *coping* stres memiliki dua aspek utama, yaitu *problem-focused coping* dan *emotion-focused coping*. Kedua aspek ini digunakan oleh individu untuk mengelola stres berdasarkan karakteristik situasi dan sumber daya yang tersedia.

### a. *Problem-Focused Coping*

*Problem-focused coping* adalah strategi yang berorientasi pada upaya menyelesaikan atau mengatasi sumber stres secara langsung. Strategi ini lebih bersifat aktif karena individu berusaha untuk mengubah atau mengelola faktor-faktor yang menyebabkan stres. Lazarus dan Folkman menjelaskan bahwa strategi ini efektif digunakan ketika individu merasa bahwa situasi stres dapat dikendalikan atau diatasi. Beberapa bentuk *problem-focused coping* meliputi:

#### 1) *Planning*

Membuat strategi yang sistematis untuk menghadapi situasi stres, termasuk menyusun rencana dan menentukan langkah-langkah yang akan diambil.

#### 2) *Seeking Instrumental Support*

Mencari bantuan, nasihat, atau informasi dari orang lain untuk menyelesaikan masalah.

#### 3) *Active Coping*

Mengambil langkah-langkah konkret dalam mengatasi stresor, seperti menyelesaikan tugas yang tertunda atau mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi.

#### 4) *Problem Solving*

Mencoba menganalisis dan mengevaluasi masalah secara rasional untuk menemukan solusi yang paling efektif.

## **b. *Emotion-Focused Coping***

*Emotion-focused coping* adalah strategi yang bertujuan untuk mengatur dan mengelola emosi yang muncul akibat situasi stres. Strategi ini digunakan ketika individu merasa bahwa stresor sulit atau tidak dapat diubah, sehingga fokus utama adalah mengelola respons emosional agar lebih adaptif. Lazarus dan Folkman menyebutkan bahwa *emotion-focused coping* bertujuan untuk mengurangi ketegangan emosional dan meningkatkan kesejahteraan psikologis. Beberapa bentuk *emotion-focused coping* meliputi:

### **1) *Denial***

Mengabaikan atau menolak untuk mengakui adanya masalah sebagai bentuk perlindungan diri dari stres yang berlebihan.

### **2) *Acceptance***

Menerima kenyataan bahwa situasi yang dihadapi tidak dapat diubah dan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan keadaan tersebut.

### **3) *Positive Reappraisal***

Mencoba melihat sisi positif dari situasi yang dihadapi atau mencari makna yang lebih dalam dari pengalaman yang dialami.

### **4) *Seeking Emotional Support***

Mencari kenyamanan dan dukungan dari orang lain untuk mengatasi perasaan stres, seperti berbagi cerita dengan teman atau keluarga.

### **5) *Emotional Venting***

Mengekspresikan perasaan yang dialami, baik melalui curhat, menangis atau kegiatan lain yang dapat membantu meredakan emosi negatif.

Strategi untuk mengatasi stres dibagi menjadi dua pendekatan: *problem-focused coping*, yang berfokus pada mengatasi penyebab stres dengan tindakan langsung, dan *emotion-focused coping*, yang lebih

berfokus pada pengelolaan emosi terkait stres, seperti menerima atau mencari dukungan emosional. Kedua strategi ini membantu mengurangi ketegangan dan meningkatkan kesejahteraan psikologis, tergantung pada kemampuan individu untuk mengubah atau menerima situasi yang menekan.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi *Coping Stress*

Lazarus & Folkman (1984) menjelaskan bahwa strategi *coping* stres tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menentukan bagaimana individu menilai dan merespons tekanan yang dihadapinya. Faktor-faktor tersebut mencakup penilaian kognitif (*cognitive appraisal*), sumber daya coping (*coping resources*), karakteristik individu, serta faktor lingkungan dan sosial, yang semuanya berperan dalam menentukan efektivitas strategi *coping* yang digunakan seseorang.

#### a. *Cognitive Appraisal*

Penilaian kognitif merupakan proses evaluasi subjektif yang dilakukan individu terhadap suatu situasi untuk menentukan apakah situasi tersebut bersifat mengancam, menantang, atau justru dapat diabaikan. Lazarus dan Folkman membagi proses ini ke dalam dua tahap utama, yaitu *primary appraisal* dan *secondary appraisal*. Pada tahap *primary appraisal*, individu menilai apakah suatu peristiwa memiliki dampak bagi kesejahteraan dirinya, baik dalam bentuk ancaman maupun tantangan. Jika situasi tersebut dianggap sebagai stresor, maka individu akan berlanjut ke tahap *secondary appraisal*, di mana ia mengevaluasi sumber daya yang dimilikinya untuk menghadapi tantangan tersebut. Apabila individu merasa memiliki kemampuan untuk mengatasinya, ia cenderung menerapkan *problem-focused coping* yang berorientasi pada penyelesaian masalah. Sebaliknya, jika merasa kurang mampu, individu lebih mungkin

menggunakan *emotion-focused coping* yang berfokus pada pengelolaan emosi.

**b. *Coping Resources***

Keberhasilan seseorang dalam menghadapi stres juga bergantung pada sumber daya yang tersedia. Lazarus dan Folkman mengidentifikasi beberapa sumber daya utama yang mempengaruhi strategi *coping*, seperti dukungan sosial, kondisi fisik, serta kemampuan kognitif. Dukungan sosial dari keluarga, teman, atau komunitas dapat memberikan rasa aman serta bantuan emosional dan praktis dalam menghadapi tekanan. Selain itu, kondisi fisik yang baik juga memungkinkan individu memiliki energi yang cukup untuk menghadapi tantangan. Kemampuan kognitif, termasuk kecerdasan dan keterampilan pemecahan masalah, turut berperan dalam membantu individu menilai situasi secara lebih objektif dan memilih strategi *coping* yang lebih efektif

**c. Karakteristik Individu**

Faktor individu, seperti kepribadian, pengalaman masa lalu, dan tingkat kontrol diri, turut mempengaruhi cara seseorang mengelola stres. Lazarus dan Folkman mengungkapkan bahwa individu dengan kepribadian optimis cenderung lebih memilih *problem-focused coping* yang berorientasi pada solusi, sedangkan individu dengan kecenderungan neurotik lebih rentan terhadap *emotion-focused coping* yang bersifat maladaptif, seperti menghindari atau menyangkal masalah. Selain itu, pengalaman menghadapi stres di masa lalu juga membentuk pola *coping* seseorang. Individu yang memiliki pengalaman mengatasi tantangan sebelumnya cenderung lebih percaya diri dan mampu mengembangkan strategi *coping* yang lebih adaptif ketika menghadapi situasi sulit.

**d. Faktor Lingkungan dan Sosial**

Selain faktor internal, lingkungan sekitar juga berperan dalam menentukan bagaimana individu menghadapi stres. Faktor lingkungan

mencakup kondisi ekonomi, budaya, serta norma sosial yang berlaku di masyarakat. Lazarus dan Folkman menekankan bahwa individu yang berada dalam menerapkan *problem-focused coping* karena keterbatasan akses terhadap sumber daya yang mendukung penyelesaian masalah. Selain itu, norma sosial dan budaya juga berpengaruh terhadap cara individu mengekspresikan emosinya dan memilih strategi *coping*. Dalam budaya kolektivistik, misalnya, individu cenderung lebih mengandalkan dukungan sosial dalam menghadapi stres, sementara dalam budaya individualistik, individu lebih mengutamakan strategi *coping* bersifat mandiri.

Strategi *coping* terhadap stres dipengaruhi oleh cara individu menilai situasi yang dihadapi, sumber daya yang tersedia, serta faktor pribadi dan lingkungan. Pilihan antara *problem-focused* atau *emotion-focused coping* bergantung pada bagaimana seseorang memahami stresor dan seberapa besar ia merasa mampu menghadapinya. Dukungan sosial, kondisi fisik, kemampuan berpikir, kepribadian, pengalaman hidup, dan nilai-nilai budaya juga ikut menentukan jenis *coping* yang dipilih dan seberapa efektif strategi tersebut dijalankan.

#### **4. Proses *Coping***

Lazarus & Folkman (1984) menjelaskan bahwa strategi *coping* stres merupakan proses yang dinamis dan melibatkan berbagai tahapan dalam merespons stres yang dialami individu. *Coping* bukan sekadar reaksi spontan terhadap tekanan, melainkan mekanisme yang dipengaruhi oleh bagaimana seseorang menilai situasi serta sumber daya yang dimilikinya untuk menghadapi stresor. Secara umum, proses *coping* terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu penilaian kognitif (*cognitive appraisal*), strategi *coping* (*coping efforts*), dan hasil *coping* (*coping outcomes*).

##### **a. Penilaian Kognitif (*Cognitive Appraisal*)**

Proses *coping* diawali dengan penilaian kognitif, yaitu bagaimana individu mengevaluasi suatu situasi dan menentukan

apakah situasi tersebut berpotensi menyebabkan stres. Lazarus dan Folkman membagi tahapan ini menjadi dua proses utama: *primary appraisal* dan *secondary appraisal* pada tahap *primary appraisal*, individu menilai apakah suatu situasi dianggap sebagai ancaman, tantangan, atau sesuatu yang dapat diabaikan, jika situasi tersebut dipersepsikan sebagai ancaman atau tantangan, individu akan melanjutkan ke tahap *secondary appraisal*, yaitu mengevaluasi sumber daya yang dimilikinya untuk mengatasi situasi tersebut. Dalam tahap ini, individu merasa memiliki kendali atas situasi cenderung menggunakan *problem-focused coping*, yaitu strategi yang berfokus pada penyelesaian masalah. Sebaliknya, jika individu merasa bahwa situasi berada di luar kendalinya, ia cenderung menggunakan *emotion-focused coping* yang bertujuan untuk mengelola dampak emosional dan stresor tersebut.

**b. Strategi Coping (Coping Efforts)**

Setelah melalui proses penilaian kognitif, individu mulai menerapkan strategi *coping* yang sesuai dengan situasi yang dihadapinya. Strategi *coping* ini dapat dibagi menjadi dua kategori utama:

**1) Problem-Focused Coping**

Strategi ini berfokus pada penyelesaian masalah dengan cara mengubah atau mengatasi sumber stres. Contoh strategi ini meliputi perencanaan, mencari informasi tambahan, atau meminta dukungan instrumental dari orang lain.

**2) Emotion-Focused Coping**

Strategi ini bertujuan untuk mengelola reaksi emosional akibat stres, terutama dalam situasi yang sulit atau tidak dapat diubah. Contohnya adalah mencari dukungan emosional, melakukan teknik relaksasi, atau mengubah cara pandang terhadap situasi melalui *cognitive reappraisal*.

### c. Hasil *Coping* (*Coping Outcomes*)

Tahap terakhir proses *coping* adalah hasil *coping*, yaitu bagaimana strategi *coping* yang diterapkan mempengaruhi kondisi individu setelah menghadapi stresor. Jika strategi *coping* yang digunakan efektif, individu dapat mengurangi tingkat stres, meningkatkan kesejahteraan psikologis, serta memperoleh keterampilan baru dalam menghadapi situasi serupa di masa depan. Sebaliknya, jika strategi *coping* yang diterapkan tidak efektif atau tidak sesuai dengan situasi, individu justru dapat mengalami peningkatan stres, kecemasan, atau bahkan gangguan psikologis jangka panjang.

Lazarus dan Folkman menekankan efektivitas *coping* tidak hanya bergantung pada strategi yang digunakan, tetapi juga pada interaksi antara individu dengan lingkungannya. Faktor seperti dukungan sosial, pengalaman sebelumnya, serta sumber daya pribadi turut berperan dalam menentukan keberhasilan *coping*. Oleh karena itu, *coping* bukanlah proses yang statis, melainkan mekanisme yang terus berkembang seiring waktu dan pengalaman individu dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan.

Proses *coping* melibatkan penilaian terhadap stresor, pemilihan strategi yang sesuai baik *problem-focused* maupun *emotion-focused* serta evaluasi hasilnya. Keberhasilannya dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap kontrol situasi, dukungan sosial, serta pengalaman dan sumber daya pribadi. *Coping* bersifat dinamis dan terus berkembang sesuai dengan tantangan hidup yang dihadapi.

## 5. Fungsi Strategi *Coping* Stres

Lazarus & Folkman (1984) menjelaskan bahwa strategi *coping* stres memiliki peran yang sangat penting dalam membantu individu menghadapi tekanan psikologis akibat berbagai stresor dalam kehidupan. *Coping* bukan sekadar respons spontan terhadap stres, tetapi merupakan mekanisme yang digunakan individu untuk menyesuaikan diri dengan

situasi yang sulit. Secara umum, fungsi utama dari strategi *coping* stres dapat dibagi menjadi fungsi instrumental (*problem-focused coping*) dan fungsi emosional (*emotion-focused coping*).

**a. Mengatasi Sumber Stres (*Problem-Focused Coping*)**

Salah satu fungsi utama strategi *coping* adalah membantu individu dalam menghadapi dan mengatasi penyebab stres secara langsung. Fungsi ini diwujudkan melalui *problem-focused coping*, yang melibatkan berbagai tindakan aktif untuk menyelesaikan masalah untuk menjadi sumber tekanan. Individu yang menerapkan strategi ini akan berusaha mencari solusi dengan mengumpulkan informasi, membuat perencanaan, serta mengambil langkah-langkah konkret untuk menghadapi situasi yang sulit. Strategi ini umumnya efektif ketika individu memiliki kendala terhadap sumber stres dan dapat mengubah keadaan dengan tindakan yang tepat.

**b. Fungsi Regulasi Emosi (*Emotion-Focused Coping*)**

Selain berusaha mengatasi sumber stres, individu juga perlu mengelola emosi yang muncul akibat situasi yang penuh tekanan. Fungsi ini diwujudkan melalui *emotion-focused coping*, yang bertujuan untuk meredakan ketegangan emosional tanpa harus langsung mengubah kondisi yang menjadi penyebab stres. Strategi ini biasanya digunakan dalam situasi yang sulit diubah atau dikendalikan, seperti menghadapi kehilangan, kegagalan, atau peristiwa yang tidak dapat dihindari. Berbagai cara yang dapat dilakukan dalam strategi ini antara lain mencari dukungan sosial, bermeditasi, atau mengubah cara pandang terhadap situasi dengan *cognitive reappraisal*.

**c. Fungsi Adaptasi Jangka Panjang**

Strategi *coping* tidak hanya berfungsi untuk mengatasi stres dalam jangka pendek, tetapi juga membantu individu membangun ketahanan (*resilience*) dalam menghadapi tekanan hidup secara berkelanjutan. Dengan menerapkan *coping* yang efektif, individu dapat meningkatkan kemampuannya dalam menghadapi tantangan di masa

depan. Lazarus dan Folkman menekankan bahwa *coping* bersifat dinamis dan berubah seiring waktu. Strategi yang efektif dalam satu situasi belum tentu cocok untuk situasi lain, sehingga individu perlu pengembangan fleksibilitas dalam memilih strategi *coping* yang paling sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Adaptasi ini membantu individu yang paling sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Adaptasi ini membantu individu memperkuat keterampilan pemecahan masalah, regulasi emosi, dan pola pikir yang lebih positif dalam menghadapi tekanan hidup.

#### **d. Fungsi Perlindungan Kesehatan Mental dan Fisik**

Selain membantu individu mengatasi stres, strategi *coping* juga berperan sebagai mekanisme perlindungan bagi kesehatan mental dan fisik. Stres yang tidak dikelola dengan baik dapat meningkatkan risiko gangguan psikologis seperti kecemasan dan depresi, serta berkontribusi terhadap berbagai masalah kesehatan fisik, seperti gangguan tidur dan penyakit kardiovaskular. Dengan menerapkan strategi *coping* yang adaptif, individu dapat mengurangi dampak negatif dari stres, mempertahankan keseimbangan emosional, serta menjaga kesehatan secara keseluruhan.

Strategi *coping* stres memiliki peran penting, mulai dari mengatasi langsung penyebab stres melalui tindakan (*emotion-focused coping*), hingga mengelola reaksi emosional yang muncul (*emotion-focused coping*). Selain itu, strategi ini juga membantu individu beradaptasi dalam jangka panjang dan menjaga kesehatan mental maupun fisik. Dengan *coping* yang tepat, seseorang bisa merespons tekanan hidup dengan lebih efektif, fleksibel, dan membangun ketahanan dalam menghadapi berbagai tantangan.

## **6. Strategi Coping Stres dalam Perspektif Islam**

Konsep tawakkal dalam Islam merupakan salah satu prinsip utama dalam menghadapi berbagai ujian dan tekanan hidup. Tawakkal berarti

berserah diri sepenuhnya kepada Allah SWT setelah melakukan ikhtiar atau usaha secara maksimal. Sikap ini tidak berarti pasrah tanpa usaha, tetapi justru menunjukkan keseimbangan antara usaha manusia dan keyakinan terhadap ketentuan Allah. Dengan bertawakkal, seseorang akan merasa lebih tenang dan tidak mudah putus asa, karena ia meyakini bahwa segala sesuatu berada dalam ketetapan Allah dan bahwa Allah adalah sebaik-baiknya penolong. Hal ini sesuai dengan firman Allah yang terdapat dalam Al-Qur'an:

وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ ۗ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

Artinya:

*“Dan barang siapa bertawakkal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluannya). Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu.” (QS. At-Talaq 65: Ayat 3)*

Ayat ini menegaskan bahwa Allah SWT akan mencukupkan segala keperluan hamba-Nya yang benar-benar berserah diri kepada-Nya. Dengan Tawakkal, seseorang akan lebih mampu menghadapi stres dan tekanan hidup tanpa merasa terbebani secara berlebihan. Ia akan memiliki ketenangan batin dan keyakinan bahwa setiap permasalahan memiliki jalan keluar yang telah Allah tetapkan. Sikap ini juga membantu individu untuk tidak berlarut-larut dalam kecemasan atau kesedihan, karena ia menyadari bahwa segala sesuatu yang terjadi merupakan bagian dari takdir Allah yang penuh hikmah. Oleh karena itu, tawakkal mengajarkan keseimbangan antara usaha dan keimanan, serta membantu seseorang menjalani kehidupan dengan lebih optimis dan penuh harapan kepada pertolongan Allah SWT.

## **C. *Social Support***

### **1. *Pengertian Social Support***

Dukungan sosial memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kesejahteraan psikologis individu. Zimet et al. (1988) mendefinisikan dukungan sosial sebagai persepsi individu tentang sejauh mana mereka merasa didukung, diperhatikan, dan dihargai oleh orang-orang terdekat dalam lingkungan sosial mereka, seperti keluarga, teman, dan orang-orang terdekat lainnya. Dukungan sosial ini tidak hanya mencakup bantuan dalam bentuk fisik atau materi, tetapi juga mencakup dukungan emosional, informasi, dan penegasan positif yang dapat membantu individu menghadapi tekanan atau tantangan hidup. Dalam pandangan Zimet dan Farley, dukungan sosial menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga kesehatan mental dan kesejahteraan psikologis seseorang, karena individu yang merasa dukungan cenderung lebih mampu mengelola stres dan memiliki pandangan yang lebih optimis terhadap situasi yang dihadapi.

House (1981) dan Cobb (1976b) juga memberikan definisi mengenai dukungan sosial. House (1981) mengemukakan bahwa dukungan sosial merupakan bantuan yang diterima individu dari lingkungan sosialnya yang dapat berbentuk dukungan emosional, informasi, penghargaan, dan instrumental. Sementara itu, Cobb (1976b) mendefinisikan dukungan sosial sebagai persepsi individu bahwa dirinya dicintai, dihargai, dan menjadi bagian dari suatu jaringan sosial yang peduli terhadap kesejahteraannya. Definisi ini menekankan pada aspek perseptual, di mana dukungan sosial tidak hanya bergantung pada bantuan yang diberikan, tetapi juga pada sejauh mana individu merasakan adanya kasih sayang, penerimaan, dan perhatian dari lingkungan sosialnya. Menurut Cobb, perasaan menjadi bagian dari suatu kelompok yang peduli berperan penting dalam menciptakan rasa aman dan meningkatkan kesejahteraan individu. Dukungan sosial semacam ini membantu individu

merasa tidak sendirian dalam menghadapi tantangan hidup dan memperkuat mekanisme koping dalam mengelola stres.

Dukungan sosial adalah keberadaan dan kualitas hubungan sosial yang memberikan manfaat psikologis, di mana hubungan tersebut tidak hanya diukur dari jumlah relasi yang dimiliki, tetapi juga dari seberapa besar hubungan tersebut mampu memberikan kenyamanan, rasa aman, dan kepercayaan (Sarason et al., 1990). Sementara itu, Cohen & Wills (1985b) menekankan bahwa dukungan sosial memiliki peran utama dalam membantu individu mengatasi stres, baik secara langsung melalui bantuan nyata maupun secara tidak langsung dengan meningkatkan resiliensi individu. Dukungan ini bisa berupa bantuan instrumental seperti dukungan finansial atau bantuan praktis, dukungan emosional serta dukungan informasional. Melalui berbagai bentuk tersebut, individu menjadi lebih mampu mengelola tantangan hidup, meningkatkan kemampuan *coping*, dan memperkuat resiliensi dalam menghadapi situasi yang penuh tekanan. Dengan kata lain, keberadaan dukungan sosial yang memadai tidak hanya membantu mengurangi dampak negatif stres tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan psikologis secara keseluruhan.

Dukungan sosial menurut Weiss (1974) dalam bukunya "*The Provisions of Social Relationships*" adalah suatu bentuk bantuan yang diperoleh individu melalui hubungan sosial yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan emosional dan psikologis mereka. Dukungan ini tidak hanya berupa bantuan fisik, tetapi juga melibatkan kenyamanan emosional, pengakuan, dan bimbingan yang diberikan oleh orang-orang terdekat. Disisi lain, Schaefer et al. (1981) melihat dukungan sosial sebagai sumber daya yang berperan dalam membantu individu mengelola tuntutan hidup yang kompleks. Dukungan sosial tidak hanya memberikan bantuan langsung dalam mengatasi masalah, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme perlindungan terhadap stres. Ketika individu merasa didukung oleh lingkungannya, mereka lebih mampu mengembangkan strategi

*coping* yang adaptif, mengurangi dampak negatif dari tekanan psikologis, serta meningkatkan kesejahteraan emosional dan mental mereka.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial adalah bantuan yang diterima individu dari lingkungan sosialnya yang dapat berwujud emosional, informasi, penghargaan, maupun instrumental. Keberadaan dukungan sosial tidak hanya menciptakan lingkungan yang lebih sehat secara psikologis. Tetapi juga secara fisik, sehingga keberadaannya perlu diperhatikan dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam keluarga, pertemanan, maupun masyarakat agar setiap individu dapat menjalani kehidupan yang lebih sejahtera dan bermakna.

## **2. Dimensi *Social Support***

Dimensi dukungan sosial oleh Zimet et al. (1988) dalam *The Multidimensional Scale of Perceived Social Support (MSPSS)* terdiri dari tiga aspek utama yang menggambarkan sumber dukungan sosial yang dirasakan individu. Dimensi-dimensi ini membantu memahami sejauh mana seseorang merasa didukung oleh orang-orang di sekitarnya, baik secara emosional maupun insrumental.

### **a. Dukungan dari Keluarga (*Family Support*)**

Dimensi ini mengacu oada sejauh mana individu merasa mendapatkan perhatian, kasih sayang, dan bantuan dari anggota keluarga mereka. Dukungan ini bisa berupa dukungan emosional seperti memberikan kenyamanan dan rasa aman, serta dukungan praktis seperti bantuan dalam mengatasi masalah sehari-hari. Keluarga sering kali menjadi sumber utama dalam menyediakan dukungan yang stabil dan berkelanjutan, terutama dalam situasi yang penuh tekanan. Individu yang merasakan dukungan positif dari keluarganya cenderung memiliki tingkat kesejahteraan psikologis yang lebih baik dan mampu mengatasi stres dengan lebih efektif.

**b. Dukungan dari Teman (*Friend Support*)**

Dimensi ini berkaitan dengan sejauh mana individu merasa diterima, didengar, dan didukung oleh teman-teman mereka. Teman berperan dalam memberikan dukungan sosial, terutama dalam hal berbagi pengalaman, mendapatkan saran, atau hanya sebagai pendengar yang baik. Dukungan dari teman sering kali dianggap lebih relevan dalam situasi tertentu, misalnya dalam mengembangkan hubungan sosial di luar keluarga atau dalam mengatasi permasalahan yang sulit dibicarakan dengan anggota keluarga. Hubungan positif dengan teman juga berkontribusi pada peningkatan rasa percaya diri dan kepuasan hidup.

**c. Dukungan dari Orang Signifikan (*Significant Other Support*)**

Dimensi ini merujuk pada dukungan yang diterima dari individu yang dianggap penting dalam kehidupan seseorang, seperti pasangan romantis, mentor, atau individu yang sangat dekat dan berpengaruh. Dukungan dari orang signifikan ini mencakup perasaan dicintai, dihargai, dan diperhatikan secara mendalam. Kehadiran figur signifikan dalam hidup seseorang memberikan rasa aman dan kenyamanan emosional, terutama dalam menghadapi tantangan besar atau saat mengambil keputusan penting.

Dimensi dukungan sosial mencakup berbagai aspek penting, seperti dukungan dari keluarga, teman, dan orang-orang yang berarti bagi individu. Dukungan keluarga memberikan rasa aman dan stabilitas emosional, sementara dukungan teman lebih fokus pada penerimaan dan berbagi pengalaman sosial. Dukungan dari orang terdekat, seperti pasangan atau sahabat, memberikan kenyamanan emosional yang lebih mendalam, membantu individu menghadapi tantangan besar. Semua bentuk dukungan ini sangat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis dan kemampuan seseorang dalam mengelola stres.

### **3. Faktor-faktor *Social Support***

Zimet dan Farley mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi persepsi individu terhadap dukungan sosial yang mereka terima. Faktor-faktor ini penting untuk memahami bagaimana seseorang merasakan keberadaan dan kualitas dukungan sosial dalam kehidupan mereka, yang pada akhirnya berpengaruh pada kesejahteraan psikologis dan kemampuan individu dalam menghadapi stres.

#### **a. Ketersediaan Sumber Dukungan**

Salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi dukungan sosial adalah keberadaan dan keterjangkauan sumber dukungan, seperti keluarga, teman, dan orang yang dianggap penting. Individu yang memiliki jaringan sosial yang luas dan berkualitas cenderung merasa lebih didukung dibandingkan mereka yang memiliki jaringan terbatas.

#### **b. Frekuensi dan Intensitas Interaksi Sosial**

Dukungan sosial juga dipengaruhi oleh seberapa sering dan seberapa mendalam individu berinteraksi dengan sumber dukungannya. Interaksi yang teratur dan berkualitas memungkinkan individu untuk membangun hubungan yang kuat dan saling percaya, sehingga meningkatkan persepsi terhadap dukungan sosial. Interaksi yang tinggi, seperti komunikasi yang terbuka dan kehadiran fisik saat dibutuhkan, memperkuat perasaan didukung dan dihargai. Sebaliknya, jarangya interaksi atau komunikasi yang kurang berkualitas dapat mengurangi persepsi terhadap dukungan sosial.

#### **c. Kualitas Hubungan Interpersonal**

Kualitas hubungan yang terjalin antara individu dan sumber dukungannya berperan besar dalam menentukan seberapa besar dukungan sosial yang dirasakan. Hubungan yang ditandai dengan kepercayaan, penerimaan, dan keterbukaan memungkinkan individu merasa nyaman untuk berbagi masalah dan meminta bantuan. Sebaliknya, hubungan yang penuh konflik atau kurang harmonis dapat mengurangi efektivitas dukungan sosial, bahkan jika sumber dukungan

tersebut tersedia. Oleh karena itu, kualitas hubungan interpersonal menjadi faktor krusial dalam memperkuat atau melemahkan persepsi dukungan sosial.

**d. Kesesuaian Dukungan dengan Kebutuhan Individu**

Persepsi dukungan sosial juga bergantung pada sejauh mana jenis dukungan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan individu dalam situasi tertentu. Ketika seseorang menghadapi masalah emosional, dukungan dalam bentuk empati dan pendengaran aktif akan lebih bermanfaat dibandingkan bantuan praktis. Sebaliknya, dalam situasi yang membutuhkan penyelesaian masalah konkret, dukungan instrumental seperti bantuan finansial atau tenaga akan lebih berarti. Ketepatan dan relevansi dukungan yang diterima menjadi kunci dalam meningkatkan persepsi individu terhadap kualitas dukungan sosial.

**e. Persepsi dan Interpretasi Dukungan**

Faktor subjektif seperti persepsi dan interpretasi individu terhadap dukungan sosial yang diterima juga berpengaruh besar. Dua individu yang menerima bentuk dukungan yang sama bisa saja merasakannya dengan cara yang berbeda, tergantung pada harapan, pengalaman masalah lalu, dan tingkat kepercayaan mereka terhadap sumber dukungan tersebut. Persepsi yang positif terhadap niat baik dan ketulusan sumber dukungan memperkuat rasa didukung, sedangkan interpretasi yang negatif atau skeptis dapat mengurangi efektivitas dukungan sosial tersebut.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, cara individu memandang dukungan sosial dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti ketersediaan dan akses terhadap sumber dukungan, seberapa sering dan berkualitas interaksi sosial yang terjadi, serta seberapa baik hubungan interpersonal yang ada. Selain itu, dukungan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan individu dan bagaimana individu memandang dukungan yang diterimanya. Dukungan sosial yang efektif bergantung pada adanya sumber dukungan

yang relevan, hubungan yang baik dan harmonis, serta pemahaman yang tepat tentang kebutuhan spesifik individu dalam menghadapi stres.

#### **4. Aspek-aspek *Social Support***

Zimet et al. (1988) tidak hanya mengidentifikasi dimensi sumber dukungan sosial, tetapi juga menggambarkan aspek-aspek penting yang membentuk persepsi individu terhadap dukungan sosial yang diterima. Aspek-aspek ini membantu memahami kualitas dan fungsi dukungan sosial dalam kehidupan seseorang.

##### **a. Aspek Dukungan Emosional (*Emotional Support*)**

Dukungan emosional merujuk pada bentuk perhatian, kasih sayang, dan empati yang diterima individu dari orang-orang terdekatnya. Melalui dukungan ini, individu merasa dimengerti, diterima, dan dicintai, yang berperan penting dalam menjaga stabilitas emosional dan mengurangi perasaan kesepian dan stres. Dukungan emosional bisa ditunjukkan melalui ungkapan kata-kata penyemangat, pelukan, atau sekadar menjadi pendengar yang baik ketika individu menghadapi kesulitan.

##### **b. Aspek Dukungan Instrumental**

Dukungan instrumental berkaitan dengan bantuan nyata atau praktis yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau mengatasi permasalahan tertentu. Bentuk dukungan ini bisa berupa bantuan finansial dan juga bantuan fisik. Dukungan instrumental sangat penting dalam situasi krisis atau ketika individu menghadapi tantangan yang membutuhkan bantuan konkret. Keberadaan dukungan ini menunjukkan bahwa individu tidak sendirian dalam menghadapi kesulitan, yang pada akhirnya dapat mengurangi tingkat stres dan meningkatkan kesejahteraan.

##### **c. Aspek Dukungan Informatif (*Informational Support*)**

Dukungan informatif mengacu pada pemberian nasihat, pandangan, atau informasi yang membantu individu dalam mengambil

keputusan atau menyelesaikan masalah. Informasi yang diberikan bisa berupa saran praktis, panduan, atau wawasan baru yang relevan dengan situasi yang dihadapi individu. Dukungan ini sering kali berasal dari teman, mentor, atau figur yang dianggap berpengalaman dan dapat dipercaya. Dalam situasi tertentu, informasi yang akurat dan berguna dapat membantu individu mengembangkan strategi coping yang lebih efektif dan mengurangi ketidakpastian dalam menghadapi masalah.

**d. Aspek Dukungan Penilaian (*Appraisal Support*)**

Dukungan penilaian berkaitan dengan umpan balik, evaluasi positif, atau penguatan terhadap kemampuan dan keputusan individu. Melalui dukungan ini, individu mendapatkan konfirmasi tentang nilai, kompetensi, atau pencapaian mereka, yang berkontribusi pada peningkatan rasa percaya diri dan harga diri. Dukungan penilaian sering kali berperan dalam membantu individu mengenali kekuatan mereka sendiri dan memotivasi mereka untuk terus berkembang.

Berdasarkan berbagai aspek dukungan sosial yang telah dijelaskan, dukungan emosional, instrumental, informatif, dan penilaian saling melengkapi dalam membantu individu mengatasi stres dan tantangan. Dukungan emosional memberikan kenyamanan dan rasa diterima, sementara dukungan instrumental memberikan bantuan praktis untuk mengatasi masalah yang nyata. Dukungan informatif membantu dalam pengambilan keputusan, sedangkan dukungan penilaian meningkatkan rasa percaya diri dan harga diri individu. Secara keseluruhan, semua bentuk dukungan ini berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis dan kemampuan individu menghadapi situasi sulit.

**5. Fungsi *Social Support***

Menurut Zimet dan Farley, dukungan sosial memiliki peran penting dalam menjaga dan meningkatkan kesejahteraan psikologis individu. Fungsi dukungan sosial ini tidak hanya membantu individu dalam

mengatasi tekanan, tetapi juga memperkuat hubungan interpersonal dan membangun ketahanan emosional.

**a. Sebagai Sumber Kenyamanan Emosional (*Emotional Comfort*)**

Dukungan sosial berfungsi sebagai penyedia kenyamanan emosional dengan memberikan rasa aman, penerimaan, dan kasih sayang kepada individu. Melalui interaksi dengan keluarga, teman, atau pasangan, individu merasa didengarkan, dimengerti, dan diterima apa adanya. Fungsi ini sangat penting dalam situasi ketika individu menghadapi tekanan atau kesulitan, karena kenyamanan emosional membantu mengurangi perasaan cemas, stres, dan kesepian. Dengan adanya dukungan emosional, individu lebih mampu mengelola emosi negatif dan mempertahankan kesehatan mental yang baik.

**b. Sebagai Pemberi Bantuan Praktis (*Practical Assistance*)**

Fungsi dukungan sosial juga terwujud dalam bentuk bantuan nyata yang membantu individu memenuhi kebutuhan sehari-hari atau mengatasi tantangan tertentu. Bantuan praktis ini dapat berupa dukungan finansial, bantuan tenaga, atau penyediaan sumber daya yang dibutuhkan dalam situasi mendesak.

**c. Sebagai Penyedia Informasi dan Nasihat (*Informational Support*)**

Dukungan sosial berfungsi sebagai sumber informasi yang berguna dalam membantu individu membuat keputusan atau menyelesaikan masalah. Informasi ini bisa berupa saran, petunjuk, atau pandangan yang diberikan oleh orang-orang terdekat yang dianggap lebih berpengalaman atau memiliki wawasan yang relevan.

**d. Sebagai Sarana Peningkatan Harga Diri (*Enhancing Self-Esteem*)**

Dukungan sosial memainkan peran penting dalam memperkuat harga diri individu melalui umpan balik positif, pengakuan, dan penghargaan atas kemampuan atau pencapaian mereka. Dukungan ini membantu individu merasa dihargai dan percaya diri dalam menghadapi tantangan.

**e. Sebagai Mekanisme Penanggulangan Stres (*Stress Buffering*)**

Salah satu fungsi paling krusial dari dukungan sosial adalah sebagai pelindung terhadap dampak negatif stres. Dukungan sosial membantu individu menghadapi situasi yang menekan dengan menyediakan kenyamanan, solusi praktis, dan dorongan moral. Dengan adanya jaringan sosial yang kuat, individu lebih mampu mengatasi tantangan tanpa merasa kewalasaan, sehingga mengurangi risiko gangguan psikologis seperti kecemasan atau depresi.

Berdasarkan fungsi-fungsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial memainkan peran penting dalam membantu individu menghadapi tekanan hidup. Dukungan ini mencakup kenyamanan emosional, bantuan praktis, informasi yang bermanfaat, serta dorongan yang dapat meningkatkan rasa percaya diri. Selain itu, dukungan sosial juga membantu melindungi individu dari dampak negatif stres. Secara keseluruhan, dukungan sosial memperkuat ketahanan psikologis, meningkatkan kemampuan mengelola emosi dan mengambil keputusan, serta membantu menjaga keseimbangan mental dan kesejahteraan secara menyeluruh.

**6. *Social Support* dalam Perspektif Islam**

Dukungan sosial dalam Islam merupakan aspek penting dalam membangun hubungan yang harmonis dan saling menguatkan antar sesama manusia. Islam mengajarkan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan, sehingga konsep ukhuwah atau persaudaraan menjadi fondasi utama dalam memberikan dukungan. Dukungan sosial dalam Islam dapat diwujudkan melalui materi kepada mereka yang membutuhkan, memberikan nasihat yang baik, mendengarkan keluh kesah dengan empati, serta mendoakan kebaikan bagi sesama. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yang terdapat dalam Al-Qur'an:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksa-Nya.” (QS. Al-Ma’idah 5: Ayat 2)*

Ayat ini mengajarkan bahwa dalam kehidupan bermasyarakat, manusia tidak hanya dituntut untuk membantu sesama dalam hal materi, tetapi juga dalam aspek moral dan spiritual. Konsep tolong-menolong dalam islam tidak terbatas pada sedekah atau bantuan finansial, tetapi juga meliputi dukungan emosional, nasihat yang baik, serta dorongan untuk tetap berada di jalan yang benar. Dengan adanya dukungan sosial yang berlandaskan nilai-nilai islam, individu akan lebih kuat dalam menghadapi ujian hidup dan lebih mudah dalam menjalankan kebaikan. Sebaliknya, Allah melarang segala bentuk kerja sama dalam dosa dan permusuhan, karena hal itu hanya akan menjerumuskan manusia ke dalam keburukan. Oleh karena itu, setiap muslim dianjurkan untuk menjalin hubungan sosial yang positif, saling menguatkan dalam ketaatan, dan menjauhi segala bentuk dukungan terhadap kebatilan. Ayat ini juga menegaskan bahwa ketakwaan kepada Allah harus selalu menjadi landasan dalam setiap interaksi sosial, karena Allah Maha Mengetahui dan siksa-Nya sangat berat bagi mereka yang melanggar perintah-Nya.

## **D. Mahasiswa Rantau**

### **1. Definisi Mahasiswa Rantau**

Mahasiswa rantau adalah mereka yang menempuh pendidikan tinggi di luar daerah asalnya, baik itu antar kota atau provinsi. Mereka

meninggalkan keluarga, lingkungan sosial, dan budaya tempat asal untuk sementara waktu demi menegjar pendidikan. Fenomena ini berkaitan erat dengan mobilitas dalam dunia pendidikan dan menjadi bagian dari dinamika sosial di lingkungan perguruan tinggi. Mahasiswa rantau tidak hanya dituntut untuk berprestasi secara akademik, tetapi juga harus mampu beradaptasi secara sosial dan emosional karena harus menghadapi lingkungan yang mungkin sangat berbeda dengan tempat asalnya. Perubahan ini bisa berdampak positif maupun negatif, tergantung pada seberapa siap mahasiswa tersebut menghadapi tantangan yang ada.

Menurut Santrock (2007), mahasiswa yang tinggal jauh dari orang tua dan kampung halaman biasanya mengalami masa transisi yang cukup rumit. Mereka harus belajar menyesuaikan diri dengan banyak hal baru dalam hidupnya. Dalam hal ini, kehidupan sebagai mahasiswa rantau bukan hanya soal kuliah, tetapi juga tentang bagaimana membentuk karakter dan belajar mandiri. Hurlock (2002), juga menyebutkan bahwa mahasiswa yang hidup jauh dari keluarga memiliki peluang besar untuk menjadi pribadi yang lebih mandiri dan bertanggung jawab, karena mereka harus membuat keputusan sendiri dan mengatur segala kebutuhan hidupnya tanpa bantuan langsung dari keluarga.

Selain itu, mahasiswa rantau juga bisa menjadi agen perubahan di lingkungan sekitarnya. Pengalaman hidup di tempat baru membuat mereka memiliki cara pandang yang lebih luas baik dari segi budaya, pola pikir, maupun cara menyelesaikan masalah. Karena itu, menjadi mahasiswa rantau bukan hanya tentang belajar di kampus, tetapi juga tentang berkontribusi dalam pembentukan sumber daya manusia yang lebih terbuka dan mudah beradaptasi. Meski begitu, tantangan seperti rasa rindu kampung halaman (*homesick*), tekanan kuliah, dan keterbatasan keuangan sering kali menjadi hambatan. Oleh karena itu, penting adanya dukungan dari kampus maupun pemerintah serta fasilitas penunjang lainnya untuk membantu kesejahteraan mahasiswa rantau secara menyeluruh.

## 2. Tantangan yang Dihadapi Mahasiswa Rantau

Mahasiswa rantau menghadapi beragam tantangan baik secara fisik, psikologis maupun sosial dalam proses adaptasi mereka di lingkungan baru. Salah satu tantangan utama adalah kerinduan terhadap kampung halaman atau homesickness. Perasaan ini sering muncul akibat keterpisahan dari keluarga dan lingkungan yang sudah dikenal, serta ketidaksiapan emosional menghadapi kehidupan yang lebih mandiri. Kondisi ini dapat berdampak pada kesehatan mental mahasiswa, bahkan dalam beberapa kasus menyebabkan penurunan motivasi belajar dan prestasi akademik. Selain itu, mahasiswa rantau juga beradaptasi dengan perbedaan budaya, bahasa, serta pola interaksi sosial yang berbeda dari daerah asal mereka, yang sering kali menjadi sumber stres dan kebingungan.

Menurut Hurlock (2002), individu yang berpindah dari satu lingkungan yang berpindah dari satu lingkungan sosial ke lingkungan lain mengalami proses penyesuaian yang disebut social readjustment, yang dapat memengaruhi kestabilan emosional seseorang, terutama dalam situasi tekanan seperti kehidupan sebagai mahasiswa rantau. Pendapat ini diperkuat oleh Robbins (2011), yang menyatakan bahwa mahasiswa yang mengalami perubahan lingkungan drastis cenderung menghadapi tekanan psikologis lebih tinggi, terutama jika mereka tidak memiliki sistem pendukung sosial yang memadai. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa rantau untuk memiliki kemampuan *coping* yang baik, serta menjalin hubungan sosial yang sehat agar dapat beradaptasi secara optimal dengan kehidupan baru mereka.

Di samping tantangan psikologis dan sosial, mahasiswa rantau juga sering dihadapkan pada masalah finansial. Keterbatasan dana, terutama bagi mereka yang berasal dari keluarga berpenghasilan rendah, menjadi beban tersendiri. Mereka harus pandai mengatur keuangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti biaya makan, tempat tinggal, transportasi, dan keperluan akademik. Tidak jarang, mahasiswa rantau

terpaksa bekerja paruh waktu untuk menambah pemasukan, yang dapat mengganggu waktu belajar dan beristirahat. Situasi ini menunjukkan bahwa keberhasilan mahasiswa rantau bukan hanya bergantung pada kemampuan akademik, tetapi juga keterampilan hidup (*life skills*) yang mencakup manajemen waktu, keuangan, dan emosi. Dengan adanya dukungan yang memadai dari kampus, keluarga, dan lingkungan sekitar, mahasiswa rantau dapat melewati berbagai tantangan dengan lebih baik.

#### **E. Pengaruh Strategi *Coping Stress* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying***

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi *coping* terhadap stres memiliki keterkaitan dengan perilaku belanja kompulsif. Ridgway et al. (2008) menemukan bahwa individu yang mengalami stres cenderung menjadikan belanja kompulsif sebagai mekanisme untuk meredakan tekanan psikologis. Studi ini mengungkap bahwa individu yang lebih sering menerapkan *emotion-focused coping* seperti menghindari masalah atau mengalihkan perhatian dengan aktivitas konsumtif, lebih rentan terhadap perilaku belanja kompulsif dibandingkan mereka yang menggunakan *problem-focused coping*. Temuan ini menegaskan bahwa jenis strategi *coping* yang dipilih seseorang dalam menghadapi stres dapat menjadi faktor yang menentukan kecenderungan seseorang dalam melakukan belanja kompulsif.

Penelitian yang dilakukan oleh Dittmar (2005) juga mendukung temuan ini, dengan menunjukkan bahwa individu yang mengalami tekanan emosional lebih rentan terhadap belanja kompulsif, terutama jika mereka memiliki konsep diri yang lemah. Studi tersebut mengungkapkan bahwa individu yang merasa kurang puas dengan dirinya sendiri kerap menjadikan aktivitas belanja sebagai sarana untuk mengatasi emosi negatif dan meningkatkan harga diri, meskipun efeknya hanya bersifat sementara. Sayangnya, alih-alih benar-benar mengurangi stres, perilaku ini justru dapat memperburuk kondisi psikologis mereka dalam jangka panjang, karena belanja kompulsif sering kali memicu perasaan bersalah, penyesalan, serta masalah finansial.

Secara psikologis, hubungan antara strategi *coping* stres dan belanja kompulsif dapat dijelaskan melalui teori regulasi emosi. Lazarus & Folkman (1984) menyatakan bahwa dalam menghadapi stres, individu akan memilih strategi *coping* tertentu guna mengelola emosinya. Ketika individu merasa bahwa stres yang dialaminya sulit diatasi dengan cara langsung melalui *problem-focused coping*, mereka cenderung mencari jalan keluar yang lebih instan, seperti berbelanja, sebagai bagian dari *emotion-focused coping*. Aktivitas belanja ini dapat memberikan perasaan lega atau senang sesaat karena mampu mengurangi kecemasan untuk sementara waktu. Namun, apabila belanja dilakukan secara kompulsif tanpa kendali, justru dapat memperburuk stres yang dialami individu dalam jangka panjang.

Dari berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi *coping* stres memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku belanja kompulsif, terutama ketika individu lebih mengandalkan *emotion-focused coping* yang kurang adaptif. Meskipun belanja dapat memberikan kelegaan emosional dalam jangka pendek, namun dalam jangka panjang perilaku ini dapat menimbulkan konsekuensi negatif baik dari segi psikologis maupun finansial. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk mengembangkan strategi *coping* yang lebih sehat, seperti mencari dukungan sosial, berolahraga, atau melakukan aktivitas relaksasi, sehingga stres dapat dikelola dengan lebih efektif tanpa harus bergantung pada belanja kompulsif sebagai mekanisme pelampiasan.

#### **F. Pengaruh *Social Support* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying***

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku belanja kompulsif. Studi yang dilakukan oleh Lo & Harvey (2012) menemukan bahwa individu dengan tingkat dukungan sosial yang rendah lebih rentan mengalami belanja kompulsif dibandingkan mereka yang memiliki jaringan sosial yang kuat. Hal ini terjadi karena individu yang kurang mendapatkan dukungan dari lingkungan cenderung mencari kompensasi emosional melalui aktivitas

konsumtif. Tanpa adanya dukungan dari keluarga atau teman dalam menghadapi tekanan psikologis, mereka lebih mungkin menjadikan belanja sebagai mekanisme pelarian untuk mengurangi stres atau sekadar memperbaiki suasana hati.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Miltenberger et al. (2003) juga mengungkapkan bahwa individu yang merasa kesepian atau memiliki hubungan sosial yang kurang memadai lebih cenderung mengalami perilaku belanja kompulsif. Studi ini menjelaskan bahwa minimnya dukungan sosial dapat meningkatkan perasaan terisolasi dan kecemasan, yang pada akhirnya mendorong individu untuk mencari kepuasan instan melalui pembelian barang-barang yang dianggap dapat meningkatkan harga diri atau mengurangi emosi negatif. Sebaliknya, individu dengan dukungan sosial yang baik umumnya memiliki mekanisme regulasi emosi yang lebih sehat, sehingga tidak mudah terjebak dalam perilaku konsumtif sebagai bentuk pelarian dari masalah yang dihadapi.

Secara psikologis, hubungan antara dukungan sosial dan belanja kompulsif dapat dijelaskan melalui teori regulasi emosi serta kebutuhan afiliasi. Individu yang memiliki jaringan sosial yang kuat cenderung merasa lebih aman, memiliki harga diri yang stabil, serta memperoleh dukungan emosional yang dapat membantu mereka menghadapi tekanan hidup. Ketika seseorang mendapatkan dukungan dari orang-orang terdekat, mereka lebih mampu mengelola stres dengan cara yang lebih adaptif, seperti berdiskusi dengan teman, mencari solusi terhadap masalah, atau terlibat dalam aktivitas yang lebih positif. Sebaliknya, individu yang merasa kesepian dan tidak memiliki dukungan emosional yang cukup cenderung mengalami tingkat stres yang lebih tinggi, sehingga lebih rentan menggunakan belanja kompulsif sebagai cara untuk menenangkan diri atau mengalihkan emosi negatif.

Dari berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial memiliki peran yang signifikan dalam mencegah belanja kompulsif. Individu yang memiliki lingkungan sosial yang suportif cenderung lebih mampu mengelola stres dan emosi dengan cara yang lebih sehat. Sebaliknya,

mereka yang merasa kesepian atau kurang mendapatkan dukungan emosional lebih berisiko mengalami belanja kompulsif sebagai bentuk kompensasi psikologis. Oleh karena itu, memperkuat dukungan sosial dari keluarga, teman, maupun komunitas dapat menjadi strategi yang efektif dalam mengurangi kecenderungan belanja kompulsif serta membangun mekanisme *coping* yang lebih efektif.

### **G. Pengaruh Strategi *Coping Stress* dan *Social Support* terhadap Perilaku *Compulsive Buying***

Strategi *coping* stres dan dukungan sosial merupakan dua faktor yang secara simultan dapat memengaruhi kecenderungan seseorang dalam melakukan belanja kompulsif. Individu yang mengalami tekanan psikologis tetapi tidak memiliki strategi *coping* yang adaptif serta minim dukungan sosial cenderung lebih rentan menggunakan belanja sebagai mekanisme pelarian. Sebaliknya, individu yang mampu mengelola stres dengan baik serta memiliki jaringan sosial yang kuat lebih kecil kemungkinannya untuk menjadikan belanja sebagai sarana kompensasi emosional. Dengan demikian, kedua faktor ini saling berkaitan dalam bentuk pola perilaku belanja kompulsif.

Selain itu, dukungan sosial juga berperan dalam menekan risiko belanja kompulsif. Individu yang mendapatkan dukungan emosional dari keluarga, teman, atau lingkungan sosial umumnya memiliki kestabilan emosional yang lebih baik dalam menghadapi tekanan psikologis. Dukungan sosial dapat memberikan rasa diterima dan dihargai, sehingga individu tidak perlu mencari validasi diri melalui konsumsi berlebihan. Penelitian yang dilakukan oleh Lo & Harvey (2012) menemukan bahwa individu dengan jaringan sosial yang baik lebih mampu mengendalikan dorongan belanja impulsif karena mereka memiliki mekanisme *coping* yang lebih sehat, seperti berbicara dengan orang terdekat atau mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi. Sebaliknya, individu yang merasa kesepian atau tidak memiliki dukungan sosial yang cukup cenderung menggunakan belanja sebagai cara untuk mengatasi perasaan negatif yang dialami.

Ketika strategi *coping* stres dan dukungan sosial dikaji secara bersamaan, pengaruhnya terhadap *compulsive buying* menjadi lebih kompleks. Individu yang memiliki dukungan sosial tetapi menerapkan strategi *coping* yang kurang adaptif masih berisiko mengalami belanja kompulsif jika mereka cenderung menghindari masalah dengan cara yang tidak sehat. Sebaliknya, individu dengan strategi *coping* yang baik tetapi minim dukungan sosial juga dapat mengalami kesulitan dalam mengelola stres secara efektif, yang pada akhirnya dapat mendorong perilaku konsumtif sebagai bentuk kompensasi psikologis. Dengan demikian, keseimbangan antara strategi *coping* yang adaptif dan dukungan sosial yang memadai menjadi faktor kunci dalam mencegah *compulsive buying*.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi *coping* stres dan dukungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan belanja kompulsif. Individu yang mampu mengelola stres dengan cara yang sehat dan memiliki dukungan sosial yang cukup cenderung memiliki kontrol yang lebih baik terhadap dorongan belanja impulsif. Sebaliknya, kurangnya strategi *coping* yang efektif serta minimnya dukungan sosial dapat meningkatkan risiko *compulsive buying* sebagai bentuk regulasi emosi yang kurang adaptif. Oleh karena itu, upaya pencegahan belanja kompulsif perlu difokuskan pada penguatan strategi *coping* yang sehat serta peningkatan kualitas dukungan sosial dalam kehidupan individu.

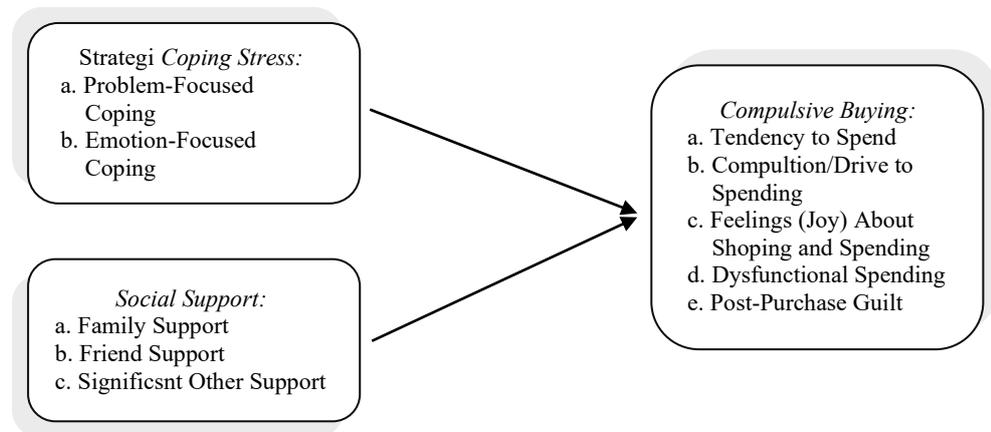
## H. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berfokus pada keterkaitan antara strategi *coping* stres, dukungan sosial, dan perilaku *compulsive buying*. Strategi *coping* stres ( $X_1$ ) mengacu pada cara individu dalam menghadapi tekanan psikologis, yang dapat bersifat adaptif, seperti *problem-focused coping*, atau kurang adaptif, seperti *emotion-focused coping*. Individu yang lebih sering menggunakan strategi *coping* yang tidak efektif cenderung lebih rentan terhadap perilaku *compulsive buying* sebagai bentuk pelampiasan emosional.

Di sisi lain, dukungan sosial ( $X_2$ ) merujuk pada bantuan yang diterima individu dari keluarga, teman, atau komunikasi sosial, baik dalam bentuk dukungan emosional, instrumental, maupun informasional. Dukungan sosial yang memadai membantu individu dalam mengelola stres dengan cara yang lebih sehat, sehingga dapat mengurangi kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku *compulsive buying*. Sebaliknya, kurangnya dukungan sosial dapat meningkatkan kemungkinan seseorang menggunakan belanja sebagai bentuk kompensasi psikologis.

Perilaku *compulsive buying* ( $Y$ ) sendiri merupakan tindakan membeli secara berlebihan dan impulsif sebagai respons terhadap tekanan emosional yang dialami individu. Dalam hubungan antara ketika variabel ini, strategi *coping* stres dan dukungan sosial memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana individu mengatasi tekanan psikologis yang dihadapinya. Individu yang memiliki strategi *coping* yang kurang efektif serta minim dukungan sosial lebih berisiko terjerumus dalam perilaku *compulsive buying*. Sebaliknya, individu yang mampu menerapkan strategi *coping* yang adaptif serta mendapatkan dukungan sosial yang cukup cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan belanja impulsif.

Dengan demikian, interaksi antara strategi *coping* stres dan dukungan sosial menjadi faktor kunci dalam menentukan sejauh mana seseorang berisiko terlibat dalam perilaku *compulsive buying*. Memahami dinamika antara kedua faktor ini dapat membantu dalam upaya pencegahan dan penanganan *compulsive buying* secara efektif.



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

Gambar 2.1 menunjukkan kerangka konseptual dalam penelitian ini, yang menggambarkan pengaruh strategi *coping* stres ( $X_1$ ) dan *social support* ( $X_2$ ) terhadap perilaku *compulsive buying* ( $Y$ ). Kedua variabel independen tersebut diasumsikan memiliki peran penting dalam memengaruhi kecenderungan individu untuk melakukan pembelian kompulsif sebagai respons terhadap tekanan psikologis yang dialami. Kerangka ini disusun berdasarkan penggunaan strategi *coping* yang kurang adaptif serta rendahnya tingkat dukungan sosial dapat meningkatkan risiko individu untuk terlibat dalam perilaku *compulsive buying* begitupun sebaliknya.

## I. Hipotesis

**H<sub>1</sub>**: Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi *coping stress* terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau.

**H<sub>2</sub>**: Terdapat Pengaruh yang signifikan antara *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau.

**H<sub>3</sub>**: Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi *coping stress* dan *social support* secara simultan terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain kausalitas (eksplanatori) yang bersifat non-eksperimental, yang selaras dengan tujuan dan hipotesis yang ingin diuji. Melalui desain ini, peneliti dapat mengungkapkan sejauh mana pengaruh strategi *coping stress* dan *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau. Selain itu, desain kausalitas juga memungkinkan analisis terhadap seberapa besar kontribusi masing-masing variabel, baik secara terpisah maupun secara simultan, dalam memengaruhi perilaku *compulsive buying*. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara strategi *coping stress*, *social support*, dan kecenderungan *compulsive buying* pada mahasiswa rantau.

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada identifikasi variabel-variabel yang akan diukur dan dianalisis guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Variabel yang dikaji mencakup variabel independen dan dependen yang diturunkan dari kerangka konseptual serta teori yang mendasarinya. Dengan adanya identifikasi variabel yang jelas, penelitian ini diharapkan dapat berlangsung secara sistematis dan terarah dalam memahami pengaruh strategi *coping stress* dan *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen Pertama ( $X_1$ ): Strategi *Coping Stress*
2. Variabel Independen Kedua ( $X_2$ ): *Social Support*
3. Variabel Dependen ( $Y$ ): *Compulsive Buying*

## C. Definisi Operasional

### 1. *Compulsive Buying*

*Compulsive buying* didefinisikan sebagai perilaku belanja berlebihan dan sulit dikendalikan, yang dilakukan sebagai respons emosional, bukan karena kebutuhan rasional. Pengukuran ini mengacu pada teori Edwards (1993) melalui *Compulsive Buying Scale* dengan dimensi yang melibatkan *tandensity to spend*, *compulsion/drive to spend*, *feelings joy about shopping and spending*, *dysfuncyional spending*, dan *post-purchase guilt*.

### 2. *Strategi Coping Stress*

Strategi *coping* stres adalah upaya kognitif dan perilaku individu untuk mengatasi tuntutan yang dirasa melebihi kemampuannya. Dalam penelitian ini, pengukuran *coping* stres mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Lazarus & Folkman (1984) melalui *Ways of Coping Questionnaire*, yang membagi strategi *coping* menjadi dua kategori utama, yaitu *problem-focused coping* dan *emotion-focused coping*.

### 3. *Social Support*

Dukungan sosial didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasakan adanya perhatian, bantuan, dan kepedulian dari lingkungan sosialnya. Definisi ini mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Zimet et al. (1988) melalui *Multidimensional Scale of Perceived Social Support* (MSPSS), yang mengidentifikasi tiga sumber utama dukungan sosial, yaitu *family support*, *friend support*, dan *significant other support*.

## D. Partisipan

### 1. *Populasi*

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada mahasiswa rantau yang tengah menempuh pendidikan di Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, dan Universitas Islam Negeri Malang. Mahasiswa rantau

yang dimaksud adalah mereka yang berasal dari luar kota Malang, dan tinggal di kota tersebut selama studi. Pemilihan mahasiswa rantau ini didasarkan pada berbagai tantangan adaptasi yang mereka hadapi, seperti tekanan akademik, keterbatasan finansial, serta keterpisahan dari keluarga. Faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi *strategi coping* stres yang mereka gunakan dan dukungan sosial yang mereka dapatkan serta kecenderungan mereka terhadap perilaku *compulsive buying*.

## 2. Sampel

Proses pemilihan partisipan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana subjek dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa partisipan yang terlibat benar-benar mewakili karakteristik mahasiswa rantau, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih akurat dan dapat digeneralisasikan dengan baik.

Populasi mahasiswa di ketiga universitas yang menjadi lokasi penelitian ini, jika dijumlahkan secara keseluruhan diperkirakan mencapai 150.000 mahasiswa. Namun, jumlah pasti mahasiswa rantau di dalam populasi tersebut masih belum diketahui secara pasti. Oleh karena itu, untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, akan digunakan rumus Cochran. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menghitung jumlah sampel yang representatif berdasarkan estimasi populasi yang besar, sehingga analisis yang dilakukan dapat menghasilkan temuan yang lebih valid dan reliabel.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot q}{e^2}$$

Gambar 3. 1 Rumus Cochran

Keterangan:

$Z$  = Simpangan dalam Kurve normal 5% (1,96)

$P$  = Peluang benar 50% = 0,5

$q$  = Peluang salah 50% = 0,5

$e$  = *Sampling error* 4,9%

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,049)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,002401}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,002401}$$

$$= 400$$

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh nilai  $n$  sebesar 400. Maka, hasil menunjukkan bahwa jumlah minimal mahasiswa rantau yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 400 orang. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa UIN, UB, dan UM
- b. Laki-laki/Perempuan
- c. Perantau (berasal dari luar kota Malang)

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui instrumen kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), dan 4 (sangat setuju). Penggunaan skala Likert dipilih karena dinilai efektif untuk mengukur persepsi serta pandangan responden terhadap suatu fenomena tertentu. Menurut Sugiyono (2017), skala Likert merupakan salah satu teknik pengukuran yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif karena dapat

mengubah data ordinal menjadi bentuk kuantitatif yang lebih mudah dianalisis.

Kuesioner ini dirancang berdasarkan tiga konstruk utama, yaitu strategi *coping stress*, dukungan sosial (*social support*), dan perilaku pembelian kompulsif (*compulsive buying*). Untuk strategi *coping stress*, konsep yang digunakan mengacu pada teori Lazarus dan Folkman 1984, yang membagi strategi coping stress menjadi dua jenis, yaitu coping berfokus pada masalah dan coping berfokus pada emosi. Aspek dukungan sosial mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Zimet dkk. 1988, yang mengidentifikasi tiga sumber utama dukungan, yaitu keluarga, teman, orang-orang signifikan lainnya. Sementara itu, indikator *compulsive buying* disusun berdasarkan konsep dari Edward 1993, yang menjelaskan bahwa perilaku belanja kompulsif merupakan kecenderungan membeli secara berlebihan dan tidak terkendali sebagai bentuk pelarian dari tekanan emosional.

Penyusunan kuesioner ini juga mempertimbangkan keberagaman respon dari mahasiswa rantau sebagai subjek utama penelitian. Tidak ada jawaban yang dianggap benar atau salah, karena setiap item dirancang untuk menangkap respons yang jujur dan mencerminkan kondisi subjektif responden. Pernyataan dalam kuesioner terdiri dari kalimat positif dan negatif agar mampu merepresentasikan pandangan secara lebih menyeluruh dan objektif. Sesuai dengan pendapat Simamora (2022), penggunaan skala empat poin tanpa pilihan netral dimaksudkan untuk mendorong responden memberikan sikap tegas, baik setuju maupun tidak setuju, serta menghindari kecenderungan memilih jawaban tengah (bias netral).

**Tabel 3. 1 Penentuan Nilai Skala**

Pilihan Jawaban	Skor	
	Favorable	Unfavorable
Sangat Tidak Setuju	1	4
Tidak Setuju	2	3
Setuju	3	2
Sangat Setuju	4	1

Pendekatan ini dinilai sesuai untuk mengukur variabel strategi *coping stress*, *social support*, dan *compulsive buying*, terutama karena mahasiswa rantau memiliki dinamika psikologis tersendiri dalam menghadapi stres, menerima dukungan sosial, serta dalam pola konsumsi mereka. Oleh karena itu, struktur skala dan penyusunan item kuesioner dirancang sedemikian rupa agar dapat merefleksikan pandangan mahasiswa secara akurat dan minim bias.

## F. Instrumen Penelitian

### 1. *Compulsive Buying*

Skala *compulsive buying* dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori Edwards (1993), yang menyatakan bahwa belanja kompulsif merupakan pembelian berulang dan tidak terkendali akibat dorongan emosional. Instrumen mengukur lima aspek utama, seperti kecenderungan berbelanja, dorongan atau paksaan untuk berbelanja, perasaan senang saat berbelanja dan mengeluarkan uang, perilaku belanja yang tidak fungsional, dan rasa bersalah setelah berbelanja. *Blueprint* skala disusun secara sistematis agar indikator mewakili tiap dimensi yang diukur.

**Tabel 3. 2 Blueprint Skala *Compulsive Buying***

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		F	UF	
<i>Tendency to Spend</i>	Kecenderungan untuk berbelanja secara terus-menerus	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	-	10
<i>Compulsion/Drive to Spend</i>	Dorongan yang memicu pembelian kompulsif saat berbelanja	11, 14	12, 13	4
<i>Feelings (Joy) About Shopping and Spending</i>	Perasaan bahagia ketika berbelanja	17, 18	15, 16	4
<i>Dysfunctional Spending</i>	Berbelanja hal yang di luar kebutuhan	19, 20, 21, 22	-	4
<i>Post-Purchase Guilt</i>	Perasaan bersalah atau menyesal setelah pembelian	23, 24, 25, 26	-	4
<b>Total</b>		22	4	26

## 2. Strategi Coping Stress

Skala strategi *coping stress* dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori dari Lazarus dan Folkman, yang menglompokkan strategi *coping stress* ke dalam dua jenis utama, yaitu berfokus pada pemecahan masalah dan berfokus pada pengelolaan emosi. Penjabaran skala strategi *coping stress* dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 3. 3 Blueprint Skala Strategi Coping Stress**

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		F	UF	
<b>Problem-Focused Coping</b>	<i>Seeking informational support</i>	1, 2, 3, 4	-	4
	<i>Confrontative coping</i>	5, 6, 7	-	3
	<i>Planful problem solving</i>	8, 9, 10, 11	-	4
	<i>Seeking social emotional support</i>	12, 13, 14	-	3
<b>Emotional-focused coping</b>	<i>Distancing</i>	15, 16, 17	-	3
	<i>Escape avoidance</i>	-	18, 19, 20, 21	4
	<i>Self-control</i>	22, 23	-	2
	<i>Accepting responsibility</i>	-	24	1
	<i>Positive reappraisal</i>	25, 26	-	2
<b>Total</b>		21	5	26

## 3. Social Support

Skala *social support* dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori Zimet yang mengembangkan *Multidimensional Scale of Perceived Social Support* (MSPSS). Skala ini mengukur persepsi individu terhadap dukungan sosial yang diterima dari sumber utama, yaitu keluarga, teman, dan *significant others* (orang penting dalam hidup). Penjabaran skala *social support* dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Blueprint Skala *Social Support*

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		F	UF	
<i>Family Support</i>	Keterlibatan keluarga dalam memberikan dukungan	1, 2, 3, 4, 5	-	5
<i>Friend support</i>	Keandalan teman dalam membantu saat dibutuhkan	6, 7, 8	-	3
<i>Significant Other Support</i>	Kepedulian dan dukungan emosional dari orang spesial	9, 10, 11, 12	-	4
<b>Total</b>		12	0	12

## G. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik sebuah alat ukur (instrumen) benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Azwar, 2017). Dalam penelitian ini, validitas sangat penting agar kuesioner yang digunakan benar-benar menggambarkan kondisi dan pengalaman mahasiswa rantau. Dengan instrumen yang valid, data yang diperoleh akan sesuai dengan kondisi nyata responden, sehingga hasil penelitian bisa dipercaya.

Untuk menguji validitas instrumen, penelitian ini menggunakan dua jenis uji, yaitu validitas isi dan validitas konstruk. Namun, validitas isi hanya dilakukan pada skala *compulsive buying* karena konstruk ini terdapat beberapa tambahan item yang dibuat cukup kompleks dan perlu penilaian dari para ahli. Ini juga digunakan untuk memastikan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner sesuai dengan teori yang digunakan. Uji ini dilakukan menggunakan metode Aiken's V, di mana beberapa ahli diminta menilai apakah setiap item sudah relevan. Hasil penelitian mereka lalu dihitung untuk mengetahui tingkat validitasnya (Aiken, 1980).

Setelah validitas isi untuk skala *compulsive buying* dianggap baik, dilanjutkan dengan uji validitas konstruk untuk semua skala, termasuk strategi *coping stress* dan *social support*. Uji ini dilakukan dengan

menyebarkan kuesioner ke mahasiswa rantau yang berbeda dari sampel utama. Tujuannya adalah untuk melihat apakah semua pernyataan dalam kuesioner saling berkaitan dan benar-benar mengukur konsep *compulsive buying*. data yang diperoleh dianalisis menggunakan aplikasi statistik. Dengan cara ini, diharapkan instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar valid dan dapat menghasilkan temuan yang akurat.

**Tabel 3. 5 Daftar Nama Ahli Aiken's V**

No.	Nama Penilai	Pelaksanaan	Pengambilan
1.	ASM	03 Desember 2024	07 Desember 2025
2.	MAF	08 Januari 2025	11 Januari 2025
3.	AHC	09 Januari 2025	09 Januari 2025
4.	ARI	24 Januari 2025	03 Februari 2025

**a. Skala *Compulsive Buying***

Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan metode Aiken's V. Sebanyak 4 orang ahli yang memahami bidang terkait dilibatkan sebagai panel penilai untuk mengevaluasi kelayakan item dalam skala *compulsive buying* yang telah disusun. Para ahli ini menilai sejauh mana setiap pernyataan dalam skala sesuai dengan indikator yang ingin di ukur. Setelah penilaian dilakukan, hasilnya dianalisis menggunakan rumus Aiken's V untuk mengetahui tingkat validitas tiap item. Berikut adalah blueprint skala *compulsive buying* yang telah disesuaikan berdasarkan hasil perhitungan Aiken's V dalam penelitian ini.

Tabel 3. 6 Blueprint Skala *Compulsive Buying* saat Proses Aiken's V

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		F	UF	
<i>Tendency to Spend</i>	Kecenderungan untuk berbelanja secara terus-menerus	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	-	10
<i>Compulsion/Drive to Spend</i>	Dorongan yang memicu pembelian kompulsif saat berbelanja	11, 14	12, 13	4
<i>Feelings (Joy) About Shopping and Spending</i>	Perasaan bahagia ketika berbelanja	17, 18	15, 16	4
<i>Dysfunctional Spending</i>	Berbelanja hal yang di luar kebutuhan	19, 20, 21, 22	-	4
<i>Post-Purchase Guilt</i>	Perasaan bersalah atau menyesal setelah pembelian	23, 24, 25, 26	-	4
<b>Total</b>		22	4	26

Setelah dilakukan evaluasi oleh para ahli, peneliti mendapatkan saran untuk menyempurnakan beberapa kata dalam item-item skala *compulsive buying* yang dinilai kurang tepat atau belum sesuai dengan kaidah bahasa yang berlaku. Beberapa pernyataan disarankan untuk diperbaiki redaksinya agar lebih jelas dan tepat. Meskipun begitu, para ahli tetap menyatakan bahwa item-item tersebut masih layak digunakan dalam penelitian. Namun, berdasarkan penilaian dari keempat ahli, salah satu item, yaitu item nomor 16, mendapatkan skor penilaian yang rendah. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk mengeluarkan item tersebut dari instrumen penelitian.

Setelah proses evaluasi dari para ahli selesai, penelitian dilanjutkan dengan uji validitas menggunakan responden sebanyak 175 mahasiswa rantau yang berbeda dari sampel utama. Uji ini bertujuan untuk melihat sejauh mana setiap item mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat. Proses analisis dilakukan menggunakan aplikasi statistik. Adapun hasil uji validitas disajikan pada bagian berikutnya.

Tabel 3. 7 Validitas Skala *Compulsive Buying*

No	Pearson Correlation	Sig.	Validitas
1.	,481	,000	Valid
2.	,528	,000	Valid
3.	,489	,000	Valid
4.	,319	,000	Valid
5.	,524	,000	Valid
6.	,519	,000	Valid
7.	,548	,000	Valid
8.	,518	,000	Valid
9.	,354	,000	Valid
10.	,499	,000	Valid
11.	,509	,000	Valid
12.	,498	,000	Valid
13.	,449	,000	Valid
14.	,235	,002	Valid
15.	,566	,000	Valid
16.	,486	,000	Valid
17.	,308	,000	Valid
18.	,449	,000	Valid
19.	,456	,000	Valid
20.	,510	,000	Valid
21.	,453	,000	Valid
22.	,183	,015	Valid
23.	,257	,001	Valid
24.	,197	,009	Valid
25.	,217	,004	Valid

Skala *compulsive buying* dalam penelitian ini terdiri dari 25 pernyataan, yang terbagi menjadi 21 item yang bersifat *favorable* (positif) dan 4 item yang *unfavorable* (negatif). Setelah dilakukan uji validitas melalui uji coba awal menggunakan *Pearson Correlation*, seluruh item dinyatakan valid, dimana nilai sig. < 0,05 sehingga tidak ada satu pun yang perlu dihapus. Dengan demikian, semua item tersebut digunakan sepenuhnya dalam penelitian ini.

Berikut ini disajikan kembali *blueprint* skala *compulsive buying* yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 8 Blueprint Skala *Compulsive Buying* Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		F	UF	
<i>Tendency to Spend</i>	Kecenderungan untuk berbelanja secara terus-menerus	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	-	10
<i>Compulsion/Drive to Spend</i>	Dorongan yang memicu pembelian kompulsif saat berbelanja	11, 14	12, 13	4
<i>Feelings (Joy) About Shopping and Spending</i>	Perasaan bahagia ketika berbelanja	17, 18	15	3
<i>Dysfunctional Spending</i>	Berbelanja hal yang di luar kebutuhan	19, 20, 21, 22	-	4
<i>Post-Purchase Guilt</i>	Perasaan bersalah atau menyesal setelah pembelian	23, 24, 25, 26	-	4
<b>Total</b>		22	3	25

#### b. Strategi *Coping Stress*

Tabel 3. 9 Validitas Skala Strategi *Coping Stress*

No	Pearson Correlation	Sig.	Validitas
1.	,554	,000	Valid
2.	,531	,000	Valid
3.	,527	,000	Valid
4.	,216	,004	Valid
5.	,322	,000	Valid
6.	,329	,000	Valid
7.	,303	,000	Valid
8.	,258	,001	Valid
9.	,341	,000	Valid
10.	,361	,000	Valid
11.	,398	,000	Valid
12.	,544	,000	Valid
13.	,594	,000	Valid
14.	,382	,002	Valid
15.	,403	,000	Valid
16.	,398	,000	Valid
17.	,368	,000	Valid
18.	,328	,000	Valid
19.	,313	,000	Valid
20.	,297	,000	Valid
21.	,289	,000	Valid
22.	,307	,015	Valid
23.	,333	,001	Valid
24.	,309	,009	Valid
25.	,324	,004	Valid
26.	,336	,000	Valid

Instrumen untuk mengukur strategi *coping* stres terdiri dari 26 pernyataan. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item memiliki nilai signifikansi (*Sig.*) di bawah 0,05, yang berarti setiap item memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total strategi *coping stress*. Nilai koefisien korelasi *pearson* (*r*) dari masing-masing item berkisar antara 0,216 hingga 0,594. Meskipun ada item yang nilai korelasinya lebih rendah, seperti item ke-4 ( $r = 0,216$ ), nilai tersebut masih di atas ambang batas minimum yang umum digunakan dalam penelitian sosial. Oleh karena itu, semua item dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian lanjutan karena terbukti mampu mewakili konstruk yang ingin diukur.

**Tabel 3. 10** Bluprint Skala Strategi *Coping Stress* Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		F	UF	
<b>Problem-Focused Coping</b>	<i>Seeking informational support</i>	1, 2, 3, 4	-	4
	<i>Confrontative coping</i>	5, 6, 7	-	3
	<i>Planful problem solving</i>	8, 9, 10, 11	-	4
	<i>Seeking social emotional support</i>	12, 13, 14	-	3
<b>Emotional-focused coping</b>	<i>Distancing</i>	15, 16, 17	-	3
	<i>Escape avoidance</i>	-	18, 19, 20, 21	4
	<i>Self-control</i>	22, 23	-	2
	<i>Accepting responsibility</i>	-	24	1
	<i>Positive reappraisal</i>	25, 26	-	2
<b>Total</b>		21	5	26

c. *Social Support*

Tabel 3. 11 Validitas Skala *Social Support*

No	Pearson Correlation	Sig.	Validitas
1.	,613	,000	Valid
2.	,592	,000	Valid
3.	,608	,000	Valid
4.	,580	,000	Valid
5.	,597	,000	Valid
6.	,569	,000	Valid
7.	,601	,000	Valid
8.	,595	,000	Valid
9.	,594	,000	Valid
10.	,622	,000	Valid
11.	,636	,000	Valid
12.	,584	,000	Valid

Instrumen variabel *social support* terdiri dari 12 item. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien korelasi *pearson* berkisar antara 0,569 hingga 0,838. Ini menunjukkan bahwa seluruh item memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan dengan total skor *social support*. Tingginya nilai korelasi ini membuktikan bahwa item-item tersebut konsisten dan efektif dalam mengukur aspek dukungan sosial. Maka dari itu, semua item pada variabel ini dapat digunakan dalam proses pengambilan data utama.

Tabel 3. 12 Blueprint Skala *Social Support* Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		F	UF	
<i>Family Support</i>	Keterlibatan keluarga dalam memberikan dukungan	1, 2, 3, 4, 5	-	5
<i>Friend support</i>	Keandalan teman dalam membantu saat dibutuhkan	6, 7, 8	-	3
<i>Significant Other Support</i>	Kepedulian dan dukungan emosional dari orang spesial	9, 10, 11, 12	-	4
<b>Total</b>		12	0	12

Secara keseluruhan, dari hasil uji validitas terhadap 175 mahasiswa rantau yang menjadi responden uji coba, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel *compulsive buying*, strategi *coping stress*, dan *social support* sudah memenuhi kriteria validitas. Baik dari statistik maupun isi, seluruh item layak digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kualitas sebuah kuesioner. Suatu kuesioner dianggap reliabel jika mampu memberikan hasil yang konsisten, baik ketika digunakan berulang kali dalam waktu yang berbeda maupun oleh peneliti yang berbeda dalam kondisi serupa. Dengan kata lain, reliabilitas berkaitan dengan sejauh mana hasil pengukuran tetap stabil dan tidak berubah-ubah.

Untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen, penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$  maka instrumen tersebut dinyatakan cukup andal untuk digunakan dalam penelitian. Nilai ini menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik dan saling berkaitan dalam mengukur variabel yang sama.

**Tabel 3. 13 Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Compulsive Buying</i>	25	,968	Reliabel
Strategi <i>Coping Stress</i>	26	,938	Reliabel
<i>Social Support</i>	12	,963	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada tabel 3.13, semua instrumen dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang baik karena nilai *Cronbach's Alpha*-nya berada di atas 0,6. Hal ini menunjukkan

bahwa ketiga instrumen yang digunakan dapat dikategorikan reliabel atau dapat dipercaya.

Instrumen untuk variabel *compulsive buying* terdiri dari 25 item dan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,968, yang berarti item-item di dalamnya sangat konsisten. Instrumen strategi *coping* stres, yang terdiri dari 26 item, juga menunjukkan konsisten tinggi dengan nilai 0,938. Sementara itu, instrumen dukungan sosial (*social support*) yang terdiri dari 12 item memperoleh nilai 0,963, yang juga termasuk dalam kategori reliabel.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2010), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan menyebar secara normal atau tidak. Distribusi data yang normal penting karena akan menentukan jenis analisis statistik yang bisa digunakan. Jika data berdistribusi normal, maka analisis yang tepat untuk menguji hubungan antar variabel adalah korelasi Pearson.

Hasil dari uji normalitas juga memengaruhi bagaimana kita menafsirkan hasil analisis. Jika nilai signifikansi (*p-value*) lebih dari 0,05, artinya hubungan antara variabel bisa dianggap signifikan. Sebaliknya, jika nilai *p* kurang dari 0,05, maka hubungan tersebut dianggap tidak signifikan.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan yang terlalu kuat (atau hampir sama) antar variabel bebas dalam model regresi. Jika dua atau lebih variabel bebas saling berkorelasi tinggi, maka bisa menyebabkan gangguan dalam hasil analisis. Untuk mendeteksi masalah ini, digunakan dua indikator, yaitu

*Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF yang terlalu tinggi menunjukkan adanya multikolinearitas. Menurut Ghozali (2018), jika nilai VIF melebihi batas tertentu, maka itu menjadi tanda bahwa variabel bebas saling berkaitan terlalu erat, dan perlu diperhatikan lebih lanjut.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam analisis regresi untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan variasi (atau penyebaran) nilai sisa/error dari satu data ke data lainnya. Jika penyebaran errornya cenderung sama atau stabil, maka disebut homoskedastis. Sebaliknya, jika penyebarannya tidak merata atau berbeda-beda, maka disebut heteroskedastis. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas, atau dengan kata lain, bersifat homoskedastis. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kestabilan varians, sehingga hasil analisis bisa lebih dipercaya (Ghozali, 2018).

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk memberikan gambaran umum dan rinci mengenai karakteristik dari masing-masing variabel yang diteliti (Ghozali, 2018). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat dari setiap variabel dalam penelitian, serta untuk memahami kondisi mahasiswa rantau berdasarkan masing-masing variabel yang dikaji. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kategorisasi berdasarkan rata-rata hipotetik (*mean*) dan simpangan baku (*standar deviasi*), dengan acuan perhitungan yang dijelaskan melalui tabel berikut.

Tabel 3. 14 Kategorisasi Data

Rumus	Keterangan
$X < (M - 1SD)$	Rendah
$(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$	Sedang
$X \geq (M + 1SD)$	Tinggi

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yaitu teknik analisis yang digunakan ketika terdapat lebih dari satu variabel bebas (independen) yang ingin diuji pengaruhnya terhadap satu variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, yang dianalisis adalah pengaruh strategi *coping stress* ( $X_1$ ) dan *social support* ( $X_2$ ) terhadap *compulsive buying* ( $Y$ ). rumus umum yang biasa digunakan dalam analisis regresi ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Gambar 3. 2 Rumus Regresi

Keterangan:

$Y$  = Variabel terikat

$a$  = Nilai konstanta

$X_1, X_2, \dots, X_n$  = Variabel bebas

$b_1, b_2, \dots, b_n$  = Nilai koefisien regresi

$e$  = Error (residual)

#### b. Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, digunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen)

terhadap variabel terikat (dependen). Nilai  $R^2$  menunjukkan seberapa banyak variasi atau perubahan dalam variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi. Semakin tinggi nilai  $R^2$  (mendekati angka 1), artinya model yang digunakan semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika  $R^2$  rendah, berarti masih banyak faktor lain di luar model yang bisa memengaruhi variabel dependen tersebut. Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi merupakan ukuran penting untuk mengetahui seberapa baik model regresi menjelaskan variasi data. Ia menyebutkan bahwa “koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variabel independen.”

### c. Uji T-Parsial

Uji T dalam analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Artinya, uji ini membantu mengetahui apakah tiap variabel bebas punya pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dikendalikan atau dianggap tetap. Menurut Ghozali (2018), dasar pengambilan keputusan dalam uji T dilihat dari nilai signifikansi (p-value). Jika nilai  $p > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan. Tapi kalau nilai  $p < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Supaya hasil uji T akurat, ada beberapa asumsi dasar regresi yang perlu dipenuhi seperti data residual harus berdistribusi normal, hubungan antar variabel harus linear, dan tidak boleh ada masalah heteroskedastisitas. Selain melihat signifikansi, penting juga untuk memahami nilai koefisien regresi. Koefisien positif menunjukkan bahwa hubungan antar variabel searah (jika X naik, Y juga naik),

sedangkan koefisien negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah (jika X naik, Y justru turun). Secara keseluruhan, uji T sangat bermanfaat dalam membantu peneliti menguji hipotesis dan memahami peran masing-masing variabel dalam model, sehingga hasilnya bisa dijadikan dasar dalam membuat kebijakan atau intervensi yang berbasis data.

#### d. Uji F-Simultan

Uji F yang juga sering disebut sebagai uji simultan, digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis ANOVA (*Analysis of Variance*), yaitu metode statistik yang membantu peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan data. Dalam analisis ini, keputusan diambil dengan melihat nilai F yang muncul dalam tabel ANOVA dan membandingkannya dengan tingkat signifikansi yang umumnya ditetapkan sebesar 0,05. Berikut ini adalah cara menafsirkan hasil uji F:

- 1) Jika nilai signifikansi (p-value) kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Artinya, semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan secara simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pelaksanaan Penelitian**

##### **1. Deskripsi Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di tiga perguruan tinggi negeri yang berlokasi di Kota Malang, yaitu Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Brawijaya, dan Universitas Negeri Malang. Ketiga universitas tersebut dipilih karena memiliki jumlah mahasiswa yang besar dan berasal dari berbagai daerah di luar Kota Malang, sehingga memudahkan peneliti dalam menjangkau responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang terletak di Jalan Gajayana dan dikenal sebagai salah satu perguruan tinggi berbasis keislaman di Malang. Universitas ini menawarkan berbagai program studi dan menampung mahasiswa dari berbagai penjuru Indonesia. Universitas Brawijaya, yang berlokasi di Jalan Veteran merupakan salah satu perguruan tinggi negeri dengan jumlah mahasiswa yang sangat besar serta menyediakan jenjang pendidikan mulai dari diploma hingga doktoral. Sementara itu, Universitas Negeri Malang yang beralamat di Jalan Semarang juga memiliki banyak mahasiswa dari luar daerah, serta menyediakan program studi yang beragam di bidang pendidikan maupun non-kependidikan.

Ketiga universitas tersebut berada di wilayah yang sama, yaitu di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, yang dikenal sebagai kawasan pendidikan. Lokasi yang saling berdekatan ini memberikan kemudahan bagi peneliti dalam melakukan koordinasi serta penyebaran kuesioner.

## **2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada rentang waktu 19 hingga 28 Maret 2025 dengan menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Kuesioner disebarakan secara daring menggunakan platform Google Form dan ditujukan kepada mahasiswa dari tiga perguruan tinggi negeri di Kota Malang, yaitu Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Brawijaya, dan Universitas Negeri Malang. Proses penyebaran dilakukan melalui media sosial WhatsApp, baik melalui grup maupun pesan pribadi, guna memperluas jangkauan responden dan meningkatkan efisiensi pengumpulan data. Instrumen kuesioner yang digunakan terdiri dari 63 butir pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi terkait variabel-variabel dalam penelitian ini.

## **3. Jumlah Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa rantau yang berasal dari tiga perguruan tinggi negeri di Kota Malang, yaitu universitas islam negeri maulana malik ibrahim, universitas brawijaya, dan universitas negeri malang. Mahasiswa rantau yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berasal dari luar wilayah Kota Malang dan menetap di Malang untuk tujuan menempuh pendidikan. Jumlah partisipan dalam penelitian ini sebanyak 400 orang, yang ditentukan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Cochran. Sedangkan untuk uji coba menggunakan 175 responden.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Analisis Deskriptif**

#### **a. Karakteristik Responden**

Bagian ini menjelaskan karakteristik demografis responden yang terlibat dalam penelitian. Karakteristik yang dijelaskan mencakup jenis kelamin, instansi, asal daerah, dan sumber pendapatan. Informasi

ini berperan penting dalam memberikan gambaran latar belakang subjek penelitian, sekaligus menjadi pertimbangan dalam menilai tingkat generalisasi hasil penelitian. Distribusi responden berdasarkan masing-masing karakteristik tersebut disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 4. 1 Karakteristik Demografis**

	<i>Category</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Jenis Kelamin	Perempuan	217	54,3%
	Laki-laki	183	45,8%
Universitas	UIN	161	40,3%
	UB	127	31,8%
	UM	112	28,0%
Provinsi	Jatim	80	20,0%
	Sumatera	83	20,8%
	Kalimantan	73	18,3%
	Sulawesi	55	13,8%
	Jateng	37	9,3%
	Jabar	31	7,8%
	Jakarta	41	10,3%
Sumber Penghasilan	Orang Tua/wali	267	66,8%
	Kerja Part-time	54	13,5%
	Beasiswa	79	19,8%

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 400 mahasiswa rantau yang menjadi responden dalam penelitian ini, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 217 orang (54,3%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 183 orang (45,8%). Komposisi ini menunjukkan adanya representasi gender yang relatif seimbang, meskipun terdapat sedikit dominasi responden perempuan. Perbedaan ini perlu diperhatikan, mengingat sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa respons terhadap stres maupun kecenderungan dalam perilaku belanja kompulsif dapat bervariasi antara laki-laki dan perempuan.

Jika ditinjau dari asal perguruan tinggi, sebagian besar responden berasal dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN) sebanyak 161 orang (40,3%), disusul oleh Universitas Brawijaya (UB) sebanyak 127 orang (31,8%), dan Universitas Negeri Malang (UM) sebanyak 112 orang (28%). Perbedaan jumlah ini dipengaruhi oleh jangkauan penyebaran kuesioner yang lebih luas di lingkungan UIN serta relasi sosial peneliti yang lebih kuat di kampus tersebut. Meski demikian, keberagaman asal institusi ini memperkaya data dan memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap mahasiswa rantau dari berbagai latar belakang akademik.

Dari sisi daerah asal, responden berasal dari berbagai provinsi di Indonesia dengan distribusi yang cukup merata. Jumlah terbesar berasal dari wilayah Sumatera sebanyak 83 orang (20,8%), diikuti oleh Jawa Timur sebanyak 80 orang (20%), Kalimantan 73 orang (20,8%), Sulawesi 55 orang (13,8%), Jakarta 41 orang (10,3%), Jawa Tengah 37 orang (9,3%), dan Jawa Barat 31 orang (7,8%). Keberagaman ini mencerminkan latar belakang budaya dan kondisi sosial yang bervariasi, yang berpotensi memengaruhi cara individu dalam menghadapi stres, memperoleh dukungan sosial, serta menunjukkan kecenderungan dalam perilaku belanja kompulsif.

Berdasarkan sumber pembiayaan selama menjalani studi, sebagian besar responden memperoleh dukungan finansial dari orang tua, yaitu sebanyak 267 orang (66,8%). Selain itu, 79 orang (19,8%) menyatakan memperoleh beasiswa, dan 54 orang (13,5%) lainnya membiayai kebutuhan hidup mereka dengan bekerja paruh waktu. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa rantau dalam penelitian ini masih bergantung secara ekonomi pada orang tua.

## 1) *Compulsive Buying* Berdasarkan Gender

**Tabel 4. 2 Gender x *Compulsive Buying***

<b>Report</b>			
<i>Compulsive Buying</i>			
Gender	Mean	N	Std. Deviation
Perempuan	85,00	217	4,999
Laki-laki	76,03	183	10,871
Total	80,90	400	9,353

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap rata-rata *compulsive buying* ditinjau dari berbagai karakteristik demografis, ditemukan bahwa mahasiswa perempuan cenderung memiliki tingkat perilaku belanja kompulsif yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa laki-laki. Rata-rata skor *compulsive buying* pada perempuan tercatat sebesar 85,00, sedangkan pada laki-laki sebesar 76,03. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan lebih rentan terhadap perilaku belanja kompulsif.

## 2) *Compulsive Buying* Berdasarkan Universitas

**Tabel 4. 3 Instansi x *Compulsive Buying***

<b>Report</b>			
<i>Compulsive Buying</i>			
Universitas	Mean	N	Std. Deviation
UB	81,84	127	9,044
UIN	80,53	161	9,467
UM	80,53	112	9,491
Total	80,90	400	9,353

Jika dilihat dari asal instansi, mahasiswa Universitas Brawijaya (UB) menunjukkan rata-rata *compulsive buying* tertinggi, yakni sebesar 81,84. Angka ini sedikit lebih tinggi dibandingkan mahasiswa universitas islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN) dan Universitas Negeri Malang (UM) yang masing-masing memiliki rata-rata sebesar 80,53. Dengan

demikian, mahasiswa dari UB cenderung menunjukkan perilaku belanja kompulsif yang lebih tinggi dibandingkan dengan dua universitas lainnya.

### 3) *Compulsive Buying* Berdasarkan Daerah Asal

Tabel 4. 4 Daerah Asal x *Compulsive Buying*

<b>Report</b>			
<i>Compulsive Buying</i>			
Asal	Mean	N	Std. Deviation
Jakarta	82,32	41	6,417
Jatim	81,93	80	9,548
Kalimantan	81,23	73	8,590
Sulawesi	81,09	55	9,042
Sumatera	80,93	83	9,657
Jateng	78,32	37	10,924
Jabar	78,23	31	11,171
Total	80,90	400	9,353

Berdasarkan daerah asal, mahasiswa Jakarta memiliki rata-rata *compulsive buying* tertinggi, yaitu 82,32. Posisi selanjutnya ditempati oleh mahasiswa asal Jawa Timur sebesar 81,93, Kalimantan (81,23), Sulawesi (81,09) dan Sumatera (80,93). Sebaliknya, mahasiswa asal Jawa Tengah dan Jawa Barat memiliki rata-rata yang lebih rendah, masing-masing sebesar 78,32 dan 78,23. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa asal Jakarta cenderung lebih tinggi dalam hal perilaku belanja kompulsif dibandingkan dengan mahasiswa dari wilayah lain.

### 4) *Compulsive Buying* Berdasarkan Sumber penghasilan bulanan

Tabel 4. 5 Sumber Penghasilan x *Compulsive Buying*

<b>Report</b>			
<i>Compulsive Buying</i>			
Penghasilan	Mean	N	Std. Deviation
Beasiswa	84,48	54	5,043
Orang tua	81,82	267	8,895
Kerja Part-time	71,07	79	10,114
Total	80,90	400	9,353

Ditinjau dari sumber penghasilan bulanan, mahasiswa yang memperoleh beasiswa memiliki rata-rata *compulsive buying* tertinggi, yaitu sebesar 84,48. Angka ini lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang memperoleh penghasilan dari orang tua (81,82) dan mahasiswa yang bekerja part-time (71,07). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa penerima beasiswa cenderung memiliki kecenderungan belanja kompulsif yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dengan sumber penghasilan lain.

### 5) Strategi *Coping Stress* Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 6** Jenis Kelamin x Strategi *Coping Stress*

<b>Report</b>			
<i>Strategi Coping Stress</i>			
Gender	Mean	N	Std. Deviation
Perempuan	61,11	217	13,902
Laki-laki	74,59	183	16,591
Total	67,28	400	16,596

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, mahasiswa laki-laki memiliki skor strategi *coping stress* yang lebih tinggi (Mean = 74,59) dibandingkan mahasiswa perempuan (Mean = 61,11). Hal ini mengindikasikan bahwa laki-laki cenderung lebih mampu atau lebih sering menggunakan strategi *coping stress* dalam menghadapi tekanan atau stres dibandingkan perempuan. Dengan kata lain, mahasiswa laki-laki mungkin lebih terbiasa atau lebih efektif dalam mengelola stres yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari.

## 6) Strategi *Coping Stress* Berdasarkan Universitas

Tabel 4. 7 Instansi x Strategi *Coping Stress*

Report			
Strategi <i>Coping Stress</i>			
Instansi	Mean	N	Std. Deviation
UIN	68,26	161	16,898
UB	67,61	127	16,005
UM	65,67	112	17,109
Total	67,28	400	16,596

Jika ditinjau berdasarkan instansi, mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN) memiliki skor strategi *coping stress* tertinggi (Mean = 68,26), diikuti oleh Universitas Brawijaya (UB) dengan Mean = 67,61, dan Universitas Negeri Malang (UM) dengan Mean = 65,67. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa dari UIN cenderung memiliki kemampuan atau kecenderungan lebih besar dalam menerapkan strategi *coping stress*, meskipun perbedaannya tidak terlalu mencolok di antara ketiganya.

## 7) Strategi *Coping Stress* Berdasarkan Asal Daerah

Tabel 4. 8 Asal Daerah x Strategi *Coping Stress*

Report			
Strategi <i>Coping Stress</i>			
Provinsi	Mean	N	Std. Deviation
Jatim	71,00	80	14,794
Jateng	69,51	37	17,678
Jabar	67,84	31	15,536
Jakarta	67,32	41	15,837
Kalimantan	66,78	73	16,605
Sulawesi	65,89	55	17,270
Sumatera	65,70	83	17,116
Total	67,28	400	16,596

Mahasiswa asal Jawa Timur mencatat skor *coping stress* tertinggi (Mean = 71,00), disusul oleh mahasiswa dari Jawa

Tengah (69,51) dan Jawa Barat (67,84). Sebaliknya, skor coping stress terendah berasal dari mahasiswa asal Sumatera (65,70) dan Sulawesi (65,89). Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa dari daerah Jawa, khususnya Jawa Timur, cenderung lebih mampu menggunakan strategi *coping stress* dalam menghadapi tekanan dibandingkan mahasiswa dari wilayah lainnya.

### 8) *Social Support* Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 9 Jenis Kelamin x *Social Support*

<i>Social Support</i>			
Report			
Gender	Mean	N	Std. Deviation
Perempuan	35,18	217	8,322
Laki-laki	28,35	183	5,500
Total	31,47	400	7,718

Dalam hal dukungan sosial, mahasiswa perempuan memiliki skor rata-rata yang lebih tinggi (Mean = 35,18) dibandingkan laki-laki (Mean = 28,35). Hal ini menunjukkan bahwa perempuan cenderung memiliki lebih banyak akses terhadap dukungan sosial, baik dari keluarga, teman, maupun lingkungan sekitarnya. Kemungkinan juga, perempuan lebih terbuka dalam mengekspresikan kebutuhan emosional mereka sehingga lebih mudah mendapatkan dukungan.

### 9) *Social Support* Berdasarkan Universitas

Tabel 4. 10 Universitas x *Social Support*

<i>Social Support</i>			
Report			
Instansi	Mean	N	Std. Deviation
UIN	31,65	161	8,284
UM	31,42	112	7,134
UB	31,37	127	7,926
Total	31,47	400	7,718

Dari sisi universitas, mahasiswa dari UIN mencatat skor *social support* tertinggi (Mean = 31,65), diikuti oleh mahasiswa UM (31,42), dan UB (31,37). Walaupun perbedaannya relatif kecil, hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa UIN sedikit lebih merasakan keberadaan dukungan sosial dalam keseharian mereka dibandingkan dengan dua universitas lainnya.

### 10) *Social Support* Berdasarkan Asal Daerah

Tabel 4. 11 Asal Daerah x *Social Support*

<i>Social Support</i>	Report		
	Mean	N	Std. Deviation
Sumatera	33,00	83	8,567
Jatim	32,00	80	7,697
Jateng	31,65	37	7,990
Kalimantan	31,49	73	7,330
Jabar	31,49	31	8,249
Sulawesi	30,45	55	7,838
Jakarta	30,41	41	6,423
Total	31,47	400	7,718

Mahasiswa dari Sumatera memiliki skor *social support* tertinggi (Mean = 33,00), disusul oleh mahasiswa dari Jawa Timur (32,00), dan Jawa Tengah (31,65). Sebaliknya, mahasiswa dari Jakarta mencatat skor terendah (Mean = 30,41). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dari wilayah Sumatera memiliki sistem sosial atau hubungan interpersonal yang lebih kuat, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan dukungan lebih besar dari lingkungan sosial mereka.

#### b. Deskripsi Variabel Penelitian

Bagian ini menyajikan hasil deskripsi statistik untuk setiap variabel utama penelitian, yaitu strategi *coping stress*, *social support*, dan *compulsive buying*. Statistik deskriptif yang disajikan mencakup nilai rata-rata (mean), standar deviasi, skor minimum dan maksimum,

serta pembagian kategori skor berdasarkan rentang nilai tertentu. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai tingkat masing-masing variabel yang dialami oleh responden.

**Tabel 4. 12 Hasil Analisis Variabel**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Compulsive Buying</i>	400	49	100	80,90	9,353
<i>Strategi Coping Stress</i>	400	35	104	67,24	16,508
<i>Social Support</i>	400	16	48	31,39	7,488
Valid N (listwise)	400				

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif di atas, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 orang. Pada variabel *Compulsive Buying*, skor minimum yang diperoleh adalah 49 dan skor maksimum mencapai 100, dengan nilai rata-rata sebesar 80,90 serta standar deviasi sebesar 9,353. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum, tingkat perilaku pembelian kompulsif di kalangan responden tergolong tinggi, dengan tingkat variasi yang relatif rendah di antara responden.

Untuk variabel *Strategi Coping Stress*, skor minimum yang tercatat adalah 35 dan maksimum sebesar 104. Nilai rata-rata berada pada angka 67,24 dengan standar deviasi sebesar 16,508. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan strategi *coping stress* oleh responden berada pada kategori sedang. Namun, besarnya standar deviasi menunjukkan adanya tingkat perbedaan yang cukup signifikan antar individu dalam menerapkan strategi *coping stress*.

Sementara itu, variabel *Social Support* menunjukkan skor minimum sebesar 16 dan maksimum sebesar 48, dengan nilai rata-rata sebesar 31,39 dan standar deviasi sebesar 7,488. Rata-rata ini mengindikasikan bahwa dukungan sosial yang dirasakan responden berada pada tingkat sedang, dengan penyebaran data yang relatif merata dan tidak terlalu menyimpang.

Setelah diperoleh hasil perhitungan skor hipotetik, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah pengelompokan data ke dalam tiga kategori. Pengelompokan ini didasarkan pada norma yang digunakan sebagai acuan dalam menginterpretasikan tingkat masing-masing variabel.

**Tabel 4. 13 Norma Kategorisasi Variabel Strategi Coping Stress, Social Support, dan Compulsive Buying**

Kategorisasi	Norma
Rendah	$X < (M - 1SD)$
Sedang	$(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$
Tinggi	$X \geq (M + 1SD)$

### 1) Analisis Kategorisasi Strategi Coping Stress

**Tabel 4. 14 Kategorisasi Variabel Strategi Coping Stress**

Kategori	Kriteria	Jumlah Subjek	Persentase
Rendah	$X < 58$	138	34,5%
Sedang	$59 \leq X < 81$	175	43,8%
Tinggi	$X \geq 82$	87	21,8%
<b>Total</b>	400		100%

Berdasarkan hasil analisis kategorisasi terhadap variabel strategi *coping stress*, ditemukan bahwa sebagian besar mahasiswa rantau berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 175 orang (43,8%). Selanjutnya, terdapat 138 responden (34,5%) yang termasuk dalam kategori rendah, dan hanya 87 orang (21,8%) yang berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa rantau cenderung menerapkan strategi coping stress pada tingkat sedang. Dengan kata lain, mereka cukup mampu menghadapi tekanan atau stres, meskipun kemampuan tersebut belum sepenuhnya optimal.

## 2) Analisis Kategorisasi *Social Support*

Tabel 4. 15 Kategorisasi Variabel *Social Support*

Kategori	Kriteria	Jumlah Subjek	Persentase
Rendah	$X < 26$	121	30,3%
Sedang	$27 \leq X < 37$	201	50,2%
Tinggi	$X \geq 38$	78	19,5%
<b>Total</b>		400	100%

Pada variabel *social support*, mayoritas responden menunjukkan pada kategori sedang, yaitu sebanyak 201 orang (50,2%). Sementara itu, sebanyak 121 orang (30,3%) termasuk dalam kategori rendah, dan hanya 78 orang (19,5%) yang memperoleh dukungan sosial dalam kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa rantau merasakan adanya dukungan sosial dalam taraf moderat. Namun, persentase responden dalam kategori rendah yang cukup mengisyaratkan bahwa masih terdapat sejumlah mahasiswa yang merasa kurang mendapatkan dukungan dari lingkungan sosialnya.

## 3) Analisis Kategorisasi *Compulsive Buying*

Tabel 4. 16 Kategorisasi Variabel *Compulsive Buying*

Kategori	Kriteria	Jumlah Subjek	Persentase
Rendah	$X < 65$	43	10,8%
Sedang	$66 \leq X < 82$	152	38,0%
Tinggi	$X \geq 83$	205	51,2%
<b>Total</b>		400	100%

Berbeda dengan dua variabel sebelumnya, hasil kategorisasi pada variabel *compulsive buying* menunjukkan bahwa sebagian besar responden justru berada pada kategori tinggi, yakni sebanyak 205 orang (51,2%). Kemudian, sebanyak 152 orang (38%) berada pada kategori sedang, dan hanya 43 orang (10,8%) termasuk dalam

kategori rendah. Temuan ini memperlihatkan bahwa lebih dari separuh mahasiswa rantau dalam penelitian ini memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian secara kompulsif.

### c. Deskripsi Dimensi

#### 1) Strategi *Coping Stress*

Tabel 4. 17 Dimensi Strategi *Coping Stress*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Problem-focused Coping</i>	400	2	4	3,05	,517
<i>Emotion-focused Coping</i>	400	2	4	3,31	,580
Valid N (listwise)	400				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kedua dimensi dalam strategi *coping stress*, yaitu *problem-focused coping* dan *emotion-focused coping*, menunjukkan rata-rata skor yang cukup tinggi. Dimensi *emotion-focused coping* memperoleh rata-rata skor lebih tinggi, yaitu 3,31 dengan standar deviasi 0,580, dibandingkan dengan *problem-focused coping* yang memiliki rata-rata 3,05 dan standar deviasi 0,517. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden cenderung lebih sering menggunakan strategi *coping* yang berorientasi pada pengelolaan emosi ketika menghadapi stres, ketimbang strategi yang berfokus pada penyelesaian masalah secara langsung. Nilai standar deviasi yang relatif rendah pada kedua dimensi tersebut juga menunjukkan adanya konsistensi dalam pola penggunaan strategi *coping* di kalangan responden, meskipun tetap terdapat variasi antar individu.

**Tabel 4. 18 Indikator Strategi Coping Stress**

Deskriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
Seeking informational support	400	3,04	,546
Confrontative coping	400	3,09	,533
Planful problem solving	400	3,03	,536
Seeking social emotional support	400	2,96	,603
Distancing	400	3,11	,548
Escape avoidance	400	3,17	,554
Self-control	400	3,19	,573
Accepting responsibility	400	3,02	,614
Positive reappraisal	400	3,04	,573
Valid N (listwise)	400		,546

Pada aspek strategi *coping stress*, *emotion-focused coping* terdiri dari 3 indikator dan *problem-focused coping* terdiri dari 6 indikator. Indikator *self-control* memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,19 dengan standar deviasi 0,573, yang menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan diri menjadi indikator strategi *coping stress* yang paling dominan digunakan oleh responden. Disusul oleh indikator *escape avoidance* dengan mean 3,17, dan *distancing* sebesar 3,11, yang mengindikasikan bahwa menghindari masalah secara sementara dan menjaga jarak emosional juga cukup sering dilakukan oleh responden dalam menghadapi stres.

Sementara itu, indikator yang memiliki rata-rata terendah adalah *seeking social emotional support* sebesar 2,96, menunjukkan bahwa responden cenderung lebih jarang menggunakan strategi meminta dukungan emotional dari orang lain dibandingkan strategi lainnya. Indikator lain seperti *confrontative coping*, *positive reappraisal*, *seeking informational support*, dan *planful problem solving* memiliki nilai rata-rata yang cukup seimbang, berada pada kisaran 3,03-3,09, yang berarti bahwa strategi *problem-focused* dan *emotion-focused coping* digunakan secara relatif merata oleh sebagian besar responden.

## 2) *Social Support*

**Tabel 4. 19 Dimensi *Social Support***

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Family Support</i>	400	2	4	3,07	,669
<i>Friend Support</i>	400	1	4	3,06	,680
<i>Significant other Support</i>	400	1	4	2,98	,689
Valid N (listwise)	400				

Dukungan sosial diukur melalui tiga dimensi utama, yaitu dukungan dari keluarga (*family support*), teman (*friend support*), dan individu signifikan lainnya (*significant other support*). Rata-rata skor tertinggi ditemukan pada dimensi *family support* dengan nilai 3,07, disusul oleh *friend support* sebesar 3,06, dan *significant other support* sebesar 2,96. Ketiga nilai rata-rata ini mengindikasikan bahwa secara umum responden merasa cukup mendapatkan dukungan dari lingkungan sosial mereka, dengan menjadi sumber dukungan yang paling dominan dirasakan. Rentang standar deviasi untuk ketiga dimensi tersebut berada antara 0,680 hingga 0,689, yang menunjukkan adanya perbedaan persepsi antar responden terhadap dukungan sosial, namun variasinya tidak terlalu ekstrem.

## 3) *Compulsive Buying*

**Tabel 4. 20 Dimensi *Compulsive Buying***

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Tendency to Spend</i>	400	1	4	3,18	,844
<i>Compulsion/Drive to Spend</i>	400	1	4	3,32	,744
<i>Feelings (Joy) About Shopping and Spending</i>	400	1	4	3,50	,654
<i>Dysfunctional Spending</i>	400	1	4	3,28	,795
<i>Post-Purchase Guilt</i>	400	1	4	3,65	,586
Valid N (listwise)	400				

Pada variabel *compulsive buying*, terdapat lima dimensi yang dianalisis. Rata-rata tertinggi diperoleh pada dimensi *post-purchase guilt*, yakni sebesar 3,65, yang menunjukkan bahwa banyak responden mengalami perasaan bersalah atau penyesalan setelah melakukan pembelian. Dimensi *feelings of joy about shopping and spending* juga mencatat skor rata-rata tinggi, yaitu 3,50, menggambarkan bahwa aktivitas berbelanja memberikan kesenangan tersendiri bagi sebagian responden. Adapun dimensi lainnya seperti *dysfunctional spending* (3,28), *compulsion/drive to spend* (3,22), dan *tendency to spend* (3,18), turut menunjukkan skor yang relatif tinggi. Secara keseluruhan, data ini menggambarkan bahwa kecenderungan terhadap perilaku belanja kompulsif cukup kuat di kalangan mahasiswa rantau yang menjadi responden. Aspek emosional dan impulsif tampak menjadi komponen utama yang memengaruhi perilaku tersebut. Standar deviasi tertinggi tercatat pada dimensi *dysfunctional spending*, yakni sebesar 0,795, yang mengindikasikan adanya perbedaan yang cukup mencolok dalam pola belanja yang tidak terkontrol di antara para responden.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prosedur penting dalam analisis regresi linier yang bertujuan untuk memastikan bahwa model yang digunakan telah memenuhi syarat-syarat statistik yang mendasar. Uji ini dilakukan agar hasil analisis yang diperoleh benar-benar dapat diandalkan, tidak bias, dan memiliki validitas yang baik. Jika model regresi tidak memenuhi asumsi-asumsi tersebut, maka hasil estimasi yang dihasilkan bisa jadi tidak akurat atau bahkan menyesatkan. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu prosedur statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian menyebar secara normal atau tidak (Sugiyono, 2017). Uji ini menjadi penting, terutama saat peneliti menggunakan analisis parametrik, karena sebagian besar teknik parametrik mengharuskan data berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dalam praktiknya, uji normalitas dapat dilakukan menggunakan dua metode yang umum, yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk*. Kedua metode ini sama-sama melihat nilai signifikansi (Sig.) sebagai dasar pengambilan keputusan.

Dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* berdasarkan probabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig. > 0,05 maka distribusi data dinyatakan normal
- 2) Jika nilai Sig. < 0,05 maka distribusi data dinyatakan tidak normal

Adapun hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 21 Uji normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,87153761
Most Extreme Differences	Absolute	,035
	Positive	,035
	Negative	-,034
Test Statistic		,035
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada data residual yang belum distandarkan, diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,200. Karena nilai ini lebih besar dari batas signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini

terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi, sehingga analisis regresi linier dapat dilanjutkan tanpa khawatir terjadi pelanggaran terhadap asumsi ini. Uji dilakukan terhadap 400 data ( $N = 400$ ), dengan nilai standar deviasi residual sebesar 4,8715. Selain itu, nilai perbedaan absolut, positif, dan negatif juga relatif kecil, yang menunjukkan bahwa distribusi data tidak jauh berbeda dari distribusi normal secara teoritis.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier yang kuat antara dua atau lebih variabel bebas dalam model regresi. Adanya korelasi yang tinggi di antara variabel bebas dapat mengganggu keakuratan model regresi, sehingga penting untuk memastikan bahwa multikolinearitas tidak terjadi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari gejala multikolinearita. Dalam pengujian ini, acuan yang digunakan adalah nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai  $VIF < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel bebas. Berikut ini hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

**Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Strategi Coping Stress</i>	,876	1,141
	<i>Social Support</i>	,876	1,141

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditampilkan dalam tabel, diperoleh *tolerance* untuk variabel strategi *coping stress* dan *Social Support* masing-masing sebesar 0,876. Sementara itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk kedua variabel tersebut adalah 1,141. Karena nilai *tolerance* berada di atas 0,10 dan nilai VIF berada

di bawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model ini. dengan kata lain, variabel strategi *coping stress* dan *social support* tidak menunjukkan korelasi yang terlalu tinggi satu sama lain, sehingga keduanya dapat digunakan bersamaan dalam analisis regresi tanpa terganggu validitas model.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada setiap nilai pengamatan dalam model regresi linier. Menurut Ghozali (2018), uji ini bertujuan untuk memastikan apakah varians residual bersifat konstan antar observasi. Jika tidak konstan, maka terjadi heteroskedastisitas yang dapat membuat hasil estimasi menjadi tidak akurat. Dalam penelitian ini digunakan uji Glejser, dan model dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel independen lebih dari 0,05 ( $p > 0,05$ ), yang menunjukkan bahwa varians residual bersifat homogen.

**Tabel 4. 23 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients		Beta	t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients					Standardized Coefficients
	B	Std. Error				
(Constant)	21,081	1,812		11,636	,000	
<i>Strategi Coping Stress</i>	,026	,023	,061	1,141	,255	
<i>Social Support</i>	-,071	,050	-,076	-1,421	,156	

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan metode regresi *absolut residual* (ABS\_RES), diperoleh bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel strategi *coping stress* adalah sebesar 0,255, dan untuk variabel *social support* sebesar 0,156. Kedua nilai tersebut lebih tinggi dari batas signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikansi antara variabel bebas terhadap nilai residual absolut. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengandung masalah heteroskedastisitas. Artinya, sebaran nilai residual bersifat kosntan dan tidak dipengaruhi oleh nilai prediktor dalam model.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan. Menurut Sugiyono (2017), analisis ini juga membantu melihat arah hubungan antar variabel serta memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan variabel bebas. Dalam penelitian ini, regresi digunakan untuk melihat pengaruh strategi *coping stress* dan *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau. Hasil analisis ditampilkan pada tabel berikut.

**Tabel 4. 24 Hasil Analisis Uji F**

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24708,980	2	12354,490	517,977	,000 <sup>b</sup>
	Residual	9469,020	397	23,851		
	Total	34178,000	399			

Berdasarkan hasil uji F (uji simultan), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis mayor ( $H_a$ ) diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara strategi *coping stress* dan *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau.

Untuk menguji hipotesis minor, digunakan uji t (uji parsial) yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 25 Hasil Uji T

Model	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	119,684	1,234		97,025	,000
<i>Strategi Coping Stress</i>	-,660	,034	-,550	-19,506	,000
<i>Social Support</i>	-,269	,016	-,483	-17,101	,000

Hasil uji menunjukkan bahwa baik strategi *coping stress* maupun *social support* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *compulsive buying*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi masing-masing variabel yang sama-sama sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ), sehingga hipotesis  $H_{a1}$  (strategi *coping stress* berpengaruh terhadap perilaku *compulsive buying*) dan  $H_{a2}$  (*social support* berpengaruh terhadap perilaku *compulsive buying*) keduanya diterima.

Merujuk pada tabel 4.24, dapat diketahui variabel independen mana yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dilihat melalui nilai pada kolom *standar coefficients beta*, penjabarannya sebagai berikut:

Tabel 4. 26 Hasil Standardized Coefficients

Variabel	Standar coefficient Beta
<i>Strategi Coping Stress</i>	-0,550
<i>Social Support</i>	-0,483

Hasil analisis dari tabel *Coefficients* menunjukkan bahwa variabel strategi *coping stress* memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap perilaku belanja kompulsif dibandingkan *social support*. Hal ini terlihat dari nilai *standardized coefficients beta* strategi *coping stress* sebesar -0,550, yang lebih besar secara absolut dibandingkan *social support* yang bernilai -0,483.

**Tabel 4. 27 Hasil Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,850 <sup>a</sup>	,723	,722	4,884

Berdasarkan tabel *Model Summary*, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,723. Artinya, 72,3% variasi dalam perilaku belanja kompulsif dapat dijelaskan oleh variabel strategi *coping* stres dan *social support* dalam model ini. Sisanya, yaitu sebesar 27,7%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

## C. Pembahasan

### 1. Tingkat *Compulsive Buying*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *compulsive buying* pada mahasiswa rantau berada pada kategori tinggi, dengan 51,2% responden tergolong memiliki kecenderungan tinggi terhadap perilaku pembelian kompulsif. Temuan ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh mahasiswa dalam penelitian ini cenderung terlibat dalam perilaku belanja berlebihan dan impulsif. Fenomena ini dapat dijelaskan dengan melihat fase perkembangan mahasiswa yang berada dalam tahap awal dewasa muda, di mana pencarian identitas dan regulasi emosi sedang berkembang. Menurut d'Astous (1990), pembelian kompulsif sering kali muncul sebagai strategi coping maladaptif dalam menghadapi tekanan emosional, khususnya saat individu merasa tidak mampu mengendalikan situasi stres dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa rantau, yang jauh dari keluarga dan mengalami berbagai tekanan akademik maupun sosial, sangat rentan menggunakan belanja sebagai pelarian emosional.

Dilihat dari jenis kelamin, hasil analisis menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan memiliki skor *compulsive buying* yang jauh lebih tinggi (Mean = 85,00) dibandingkan mahasiswa laki-laki (Mean = 76,03). Hasil ini menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih rentan terhadap

perilaku pembelian kompulsif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dittmar (2005), yang menyatakan bahwa perempuan lebih cenderung mengaitkan aktivitas belanja dengan pengelolaan emosi, pencitraan diri, dan hubungan sosial. Selain itu, perempuan lebih sering terpapar iklan dan media sosial yang menekankan pada citra tubuh dan penampilan, yang dapat memperkuat dorongan untuk membeli barang-barang tertentu meskipun tidak diperlukan. Dalam konteks mahasiswa, tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial dan keinginan tampil menarik juga dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.

Berdasarkan asal universitas, mahasiswa dari Universitas Brawijaya (UB) mencatat skor *compulsive buying* tertinggi (Mean = 81,84), sedikit lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dari UIN Maliki Malang (masing-masing 80,53). Hal ini dapat dikaitkan dengan lingkungan UB yang berada di wilayah urban, dengan akses yang luas terhadap pusat perbelanjaan, hiburan, dan layanan *e-commerce*. Lee & Workman (2015) menjelaskan bahwa lingkungan universitas yang modern dan kompetitif dapat meningkatkan tekanan sosial di kalangan mahasiswa, yang pada gilirannya mendorong perilaku konsumsi kompulsif. Lingkungan yang mendorong gaya hidup konsumtif serta keterpaparan tinggi terhadap gaya hidup berbasis media sosial membuat mahasiswa UB lebih terstimulasi untuk melakukan pembelian impulsif demi memenuhi citra diri atau kebutuhan emosional tertentu.

Dilihat dari asal daerah, mahasiswa yang berasal dari Jakarta mencatat skor *compulsive buying* tertinggi (Mean = 82,32), diikuti oleh mahasiswa asal Jawa Timur (81,93) dan Kalimantan (81,23). Jakarta sebagai kota metropolitan memiliki budaya konsumtif yang kuat, dengan paparan intens terhadap media, iklan, tren gaya hidup, dan kemudahan akses ke layanan belanja online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa rantau berada dalam kategori strategi *coping stress* sedang, yaitu sebesar 43,8% dari total responden. Sementara itu, hanya 21,8% mahasiswa berada dalam kategori tinggi, dan 34,5% dalam

kategori rendah. Rata-rata skor *coping stress* sebesar 67,24 dengan standar deviasi 16,51, menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan strategi *coping* secara cukup adaptif, tetapi belum optimal. Kondisi ini dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan bahwa mahasiswa rantau berada pada fase transisi perkembangan, di mana mereka menghadapi berbagai tekanan akademik, sosial, dan emosional secara bersamaan. Menurut Lazarus dan Folkman (1984), *coping stress* adalah proses dinamis yang dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap stresor dan ketersediaan sumber daya internal maupun eksternal. Mahasiswa yang baru menyesuaikan diri di lingkungan baru cenderung mengembangkan kemampuan *coping* secara bertahap, sehingga strategi yang digunakan belum maksimal dan bervariasi antar individu Roberts & Manolis (2012) menyatakan bahwa masyarakat kota besar cenderung lebih terpengaruh oleh nilai-nilai materialistik dan memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam *compulsive buying*. Mahasiswa asal Jakarta yang telah terbiasa dengan budaya konsumtif sejak dini, saat berada di lingkungan perantauan, mungkin tetap mempertahankan pola konsumsi yang serupa sebagai bentuk *self-reward* atau untuk menjaga eksistensi sosial mereka di lingkungan kampus.

Ditinjau dari sumber penghasilan, mahasiswa penerima beasiswa memiliki skor *compulsive buying* tertinggi (Mean = 84,48), di atas mahasiswa yang dibiayai orang tua (81,82) maupun mahasiswa yang bekerja *part-time* (71,07). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa beasiswa, meskipun memperoleh bantuan keuangan, tetap memiliki kemungkinan tinggi untuk menggunakan dana tersebut dalam aktivitas konsumtif. Kemungkinan ini diperkuat oleh tekanan akademik tinggi yang mereka alami, serta adanya rasa ingin memberi "hadiah" pada diri sendiri setelah menghadapi tantangan. O'Guinn & Faber (1989) menjelaskan bahwa *compulsive buying* kerap terjadi pada individu yang merasa kehilangan kendali dalam aspek hidupnya dan mencoba mendapatkan kontrol melalui konsumsi. Sebaliknya, mahasiswa yang bekerja paruh

waktu mungkin memiliki kesadaran finansial lebih tinggi dan nilai terhadap uang yang lebih realistis, sehingga lebih mampu menghindari perilaku belanja kompulsif.

Berdasarkan dimensi *compulsive buying*, skor tertinggi diperoleh pada dimensi *post-purchase guilt* (Mean = 3,65), yang menunjukkan bahwa mahasiswa sering merasa bersalah atau menyesal setelah melakukan pembelian. Disusul oleh dimensi *feelings of joy about shopping and spending* (Mean = 3,50) dan *dysfunctional spending* (Mean = 3,28), yang mencerminkan bahwa pembelian dilakukan bukan atas dasar kebutuhan rasional, melainkan dorongan emosional. Faber & Christenson (1996) menyatakan bahwa *compulsive buying* adalah proses emosional siklik, di mana perasaan senang saat membeli disusul oleh rasa bersalah yang intens. Pola ini terlihat jelas dalam temuan penelitian ini, yang menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya membeli barang secara impulsif, tetapi juga menyadari dampak negatifnya terhadap kondisi emosional dan keuangan mereka. Hal ini memperkuat bukti bahwa *compulsive buying* di kalangan mahasiswa lebih merupakan respons terhadap tekanan psikologis daripada kebutuhan konsumtif yang sesungguhnya.

## 2. Tingkat Strategi *Coping Stress*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa rantau berada dalam kategori strategi *coping stress* sedang, yaitu sebesar 43,8% dari total responden. Sementara itu, hanya 21,8% mahasiswa berada dalam kategori tinggi, dan 34,5% dalam kategori rendah. Rata-rata skor *coping stress* sebesar 67,24 dengan standar deviasi 16,51, menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan strategi *coping* secara cukup adaptif, tetapi belum optimal. Kondisi ini dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan bahwa mahasiswa rantau berada pada fase transisi perkembangan, di mana mereka menghadapi berbagai tekanan akademik, sosial, dan emosional secara bersamaan. Menurut Lazarus & Folkman (1984), *coping stress* adalah proses dinamis yang dipengaruhi

oleh persepsi individu terhadap stresor dan ketersediaan sumber daya internal maupun eksternal. Mahasiswa yang baru menyesuaikan diri di lingkungan baru cenderung mengembangkan kemampuan *coping* secara bertahap, sehingga strategi yang digunakan belum maksimal dan bervariasi antar individu.

Dilihat dari jenis kelamin, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa laki-laki memiliki skor *coping stress* yang lebih tinggi (Mean = 74,59) dibandingkan perempuan (Mean = 61,11). Hal ini mengindikasikan bahwa laki-laki cenderung menggunakan pendekatan yang lebih aktif dan terfokus pada penyelesaian masalah, seperti *problem-focused coping*. Penelitian Zeidner & Saklofske (1996) menjelaskan bahwa laki-laki lebih cenderung mengelola stres melalui tindakan langsung, sedangkan perempuan cenderung mengekspresikan emosi dan menggunakan *emotion-focused coping* secara lebih dominan. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh faktor sosial budaya yang menanamkan nilai ketangguhan dan kemandirian pada laki-laki, sehingga mereka cenderung menghadapi stresor secara lebih terstruktur. Sebaliknya, perempuan cenderung mencari dukungan emosional dan menyesuaikan diri melalui pendekatan interpersonal yang lebih halus, namun tidak selalu efektif dalam menyelesaikan sumber stres secara langsung.

Dilihat dari asal universitas, mahasiswa dari UIN Maliki Malang memiliki skor *coping stress* tertinggi (Mean = 68,26), diikuti oleh Universitas Brawijaya (Mean = 67,61), dan Universitas Negeri Malang (Mean = 65,67). Mahasiswa dari UIN secara garis besar mendapatkan pengaruh dari lingkungan akademik yang lebih religius dan spiritual, sehingga lebih terbiasa mengintegrasikan aspek keagamaan dalam menghadapi tekanan. Pargament (1997) menyatakan bahwa strategi *coping* berbasis spiritual, seperti doa, refleksi, dan penyerahan diri pada Tuhan, merupakan bentuk *emotion-focused coping* yang efektif dalam mengurangi stres. Lingkungan kampus yang menguatkan nilai-nilai religius turut

memperkaya sumber daya psikologis mahasiswa, membantu mereka dalam membingkai stres secara lebih positif dan konstruktif.

Berdasarkan asal daerah, mahasiswa asal Jawa Timur mencatat skor *coping stress* tertinggi (Mean = 71,00), disusul oleh Jawa Tengah (69,51) dan Jawa Barat (67,84). Hasil ini memperlihatkan bahwa mahasiswa dari wilayah Pulau Jawa, terutama Jawa Timur, memiliki kemampuan lebih tinggi dalam menghadapi tekanan. Hal ini mungkin dipengaruhi oleh karakter budaya masyarakat Jawa yang menekankan nilai kesabaran, ketabahan, dan penerimaan (prinsip *nrimo*), yang mendukung penggunaan strategi *coping* berbasis pengendalian diri dan penerimaan situasi (Fitriani 2019). Lebih lanjut Fitriani menyatakan bahwa dukungan sosial dan lingkungan keluarga yang stabil di wilayah Jawa berkontribusi besar dalam pembentukan strategi *coping* yang sehat. Mahasiswa dari daerah ini mungkin telah memiliki pengalaman menghadapi tantangan akademik sejak sekolah, sehingga lebih siap menghadapi tekanan hidup sebagai mahasiswa rantau.

Ditinjau dari dimensi strategi *coping stress*, ditemukan bahwa dimensi *emotion-focused coping* memiliki skor rata-rata yang lebih tinggi (Mean = 3,31) dibandingkan *problem-focused coping* (Mean = 3,05). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih sering menggunakan pendekatan pengelolaan emosi daripada menyelesaikan sumber masalah secara langsung. Strategi ini umum digunakan dalam kondisi yang dirasa sulit diubah, seperti *homesick*, tekanan sosial, atau konflik internal. Lazarus & Folkman (1984) menjelaskan bahwa *emotion-focused coping* sangat berguna ketika individu merasa tidak memiliki kendali penuh terhadap stresor. Dilihat dari konteks mahasiswa rantau, yang sering merasa tidak memiliki kontrol terhadap situasi lingkungan, pengelolaan emosi menjadi cara yang paling realistis untuk mempertahankan keseimbangan psikologis, meskipun strategi ini tidak serta-merta menyelesaikan sumber stresnya.

Berdasarkan indikator strategi *coping stress*, indikator *self-control* memiliki skor rata-rata tertinggi (Mean = 3,19), diikuti oleh *escape-avoidance* (3,17), dan *distancing* (3,11). Ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa mampu mengendalikan reaksi emosionalnya ketika menghadapi stres, namun penting dicatat bahwa skor tinggi pada *self-control* hanya muncul pada sebagian mahasiswa, dan belum menjadi pola dominan secara keseluruhan. Tangney et al. (2004) menegaskan bahwa *self-control* merupakan fondasi penting dalam mengelola stres secara adaptif, karena berkaitan dengan kemampuan mengatur pikiran dan tindakan secara sadar. Sementara itu, tingginya skor pada *escape-avoidance* dan *distancing* mengindikasikan bahwa mahasiswa juga cenderung menggunakan strategi menghindari masalah atau menjaga jarak emosional sebagai bentuk perlindungan diri sementara. Hal ini mencerminkan bahwa mahasiswa masih berada dalam fase eksplorasi strategi *coping* dan belum sepenuhnya mengembangkan pola adaptif yang stabil dan konsisten.

### **3. Tingkat *Social Support***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa rantau berada pada kategori *social support* sedang, yaitu sebanyak 57,3% dari total responden. Sementara itu, 27,7% mahasiswa berada dalam kategori rendah, dan hanya 15% berada dalam kategori tinggi. Skor rata-rata keseluruhan menunjukkan tingkat dukungan sosial yang cukup tetapi belum maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa rantau memiliki akses terhadap dukungan sosial, dukungan yang diterima belum cukup kuat untuk memberikan perlindungan emosional secara optimal dalam menghadapi tekanan perkuliahan dan kehidupan jauh dari keluarga. Cohen dan Wills (1985) mengemukakan bahwa dukungan sosial berperan sebagai “*buffer*” terhadap stres, namun efektivitasnya bergantung pada kualitas serta intensitas hubungan sosial yang dimiliki. Mahasiswa rantau, meskipun memiliki koneksi sosial baru di lingkungan perkuliahan,

mungkin belum sepenuhnya mampu membentuk hubungan yang cukup dalam dan stabil untuk merasakan social support secara maksimal.

Ditinjau dari jenis kelamin, mahasiswa perempuan memiliki skor *social support* yang lebih tinggi (Mean = 35,18) dibandingkan mahasiswa laki-laki (Mean = 28,35). Temuan ini menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih mudah membangun dan mempertahankan relasi sosial yang erat. Hal ini sejalan dengan penelitian Day dan Livingstone (2003), yang menyatakan bahwa perempuan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengekspresikan emosi, meminta bantuan, dan menunjukkan keterbukaan dalam menjalin hubungan interpersonal. Oleh karena itu, perempuan lebih mudah menerima dukungan dari keluarga, teman, atau pasangan dibandingkan laki-laki yang sering kali dipengaruhi konstruksi sosial untuk tampil mandiri dan tidak bergantung pada orang lain. Dalam konteks mahasiswa rantau, keterbukaan perempuan dalam membangun relasi emosional dapat menjadi faktor penting dalam memperkuat jaringan dukungan sosial mereka.

Berdasarkan asal universitas, mahasiswa dari UIN Maliki Malang mencatat skor *social support* tertinggi (Mean = 31,65), disusul oleh mahasiswa dari Universitas Negeri Malang (Mean = 31,42) dan Universitas Brawijaya (Mean = 31,37). Meskipun perbedaannya tidak terlalu besar, mahasiswa UIN cenderung memiliki jaringan dukungan sosial yang lebih kuat. Kemungkinan besar, hal ini dipengaruhi oleh ikatan keagamaan dan nilai kolektivitas yang tinggi dalam lingkungan kampus UIN. Cohen dan Wills (1985) menyatakan bahwa komunitas yang berbasis pada nilai religius dan spiritual cenderung membentuk jaringan sosial yang lebih kohesif dan suportif. Dalam lingkungan semacam itu, hubungan antarmahasiswa tidak hanya dibangun atas dasar akademik, tetapi juga solidaritas moral dan emosional, sehingga mahasiswa merasa lebih diterima dan mendapat tempat yang aman untuk berbagi beban.

Ditinjau dari asal daerah atau provinsi, mahasiswa asal Sumatera memiliki tingkat *social support* tertinggi (Mean = 33,00), diikuti oleh

mahasiswa dari Jawa Timur (Mean = 32,00) dan Jawa Tengah (Mean = 31,65). Hasil ini mengindikasikan bahwa budaya kekerabatan yang kental di Sumatera mungkin menjadi alasan kuat mengapa mahasiswa dari daerah ini cenderung merasakan dukungan sosial yang lebih besar. House et al. (1988) menjelaskan bahwa konteks budaya memengaruhi persepsi individu terhadap hubungan sosial, di mana masyarakat dengan budaya kolektivistik cenderung menempatkan nilai tinggi pada solidaritas dan saling membantu. Mahasiswa dari Sumatera yang tumbuh dalam lingkungan sosial yang erat dan saling terhubung, membawa nilai tersebut ke dalam relasi sosial mereka saat merantau, sehingga lebih cepat membangun hubungan sosial yang mendukung di lingkungan kampus.

Berdasarkan dimensi *social support*, dukungan dari keluarga memiliki skor tertinggi (Mean = 3,07), disusul oleh dukungan dari teman (Mean = 3,06), dan dari *significant others* (Mean = 2,98). Skor ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa berada jauh dari rumah, keluarga tetap menjadi sumber utama dukungan emosional dan psikologis. Reevy & Maslach (2001) menyebutkan bahwa dukungan emosional dari keluarga memberi rasa aman dan stabilitas yang sangat penting, terutama bagi mahasiswa yang berada di lingkungan asing. Sementara itu, nilai yang sedikit lebih rendah pada dukungan dari *significant others* menunjukkan bahwa relasi romantis belum menjadi sumber utama *coping* sosial pada sebagian besar mahasiswa, mungkin karena ketidakstabilan hubungan atau keterbatasan pasangan di lingkungan perantauan. Dukungan teman cukup tinggi, mencerminkan bahwa lingkungan kampus juga memiliki potensi untuk menyediakan dukungan interpersonal yang berarti.

#### **4. Pengaruh Strategi *Coping Stress* Terhadap *Compulsive Buying***

Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *coping stress* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan nilai koefisien beta sebesar -

0,550. Nilai beta negatif ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi coping stress yang digunakan mahasiswa, maka semakin rendah tingkat perilaku belanja kompulsif yang mereka lakukan. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa *coping stress* yang adaptif berperan dalam menekan dorongan membeli berlebihan sebagai bentuk pelarian dari stres. Strategi coping seperti *problem-focused coping* dan *emotion-focused coping* terbukti efektif dalam membantu individu mengelola tekanan secara konstruktif, dibandingkan mengalihkannya dalam bentuk konsumsi impulsif (Faber & Christenson, 1996).

Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Muller et al. (2011) yang menemukan bahwa individu dengan kecenderungan menggunakan coping yang maladaptif, seperti *avoidance* atau pelarian, memiliki risiko lebih tinggi mengalami *compulsive buying*. Hal ini terjadi karena perilaku konsumtif dapat menjadi bentuk distraksi sementara dari tekanan psikologis yang tidak diselesaikan secara fungsional. Mahasiswa rantau yang tidak memiliki dukungan emosional langsung dari keluarga dan menghadapi tekanan akademik serta sosial cenderung mencari cara instan untuk meredakan stres, dan salah satunya adalah dengan berbelanja. Oleh karena itu, strategi coping yang tidak adaptif menjadi jalan masuk terhadap kecenderungan perilaku *compulsive buying*.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh kajian dari Miltenberger et al. (2003), yang menjelaskan bahwa *compulsive buying* sering kali dipicu oleh kebutuhan untuk mengurangi ketegangan emosi atau kebosanan. Strategi coping stress yang lemah tidak mampu mengelola emosi negatif dengan efektif, sehingga individu rentan mencari solusi cepat yang memberi kepuasan sesaat, seperti membeli barang. Di kalangan mahasiswa rantau, tekanan karena adaptasi lingkungan baru, tuntutan akademik, dan keterbatasan sosial ekonomi menjadi sumber stres utama. Jika coping stress yang digunakan tidak memadai, maka kemungkinan besar perilaku belanja kompulsif akan dijadikan sebagai mekanisme pelarian.

Namun demikian, pengaruh strategi *coping stress* terhadap *compulsive buying* tidak dapat dilepaskan dari kualitas strategi *coping* yang digunakan. Strategi *coping* yang adaptif, seperti *problem-focused coping*, dapat membantu individu menyelesaikan masalah secara langsung dan mencegah munculnya perilaku kompulsif. Sebaliknya, strategi *coping* yang maladaptif, seperti *avoidance coping* atau pelampiasan emosional, justru dapat meningkatkan risiko terjadinya *compulsive buying* karena individu cenderung mengalihkan stres yang dirasakan melalui aktivitas konsumtif yang bersifat instan dan sementara. Mahasiswa rantau yang menghadapi tekanan psikologis seperti kesepian, adaptasi lingkungan baru, dan keterbatasan akses dukungan sosial, akan lebih rentan memilih strategi *coping* yang kurang adaptif jika tidak memiliki keterampilan regulasi emosi yang memadai. Dengan demikian, strategi *coping stress* memiliki peran yang sangat penting dan menentukan dalam membentuk kecenderungan belanja kompulsif pada kelompok mahasiswa rantau.

##### **5. Pengaruh *Social Support* Terhadap *Compulsive Buying***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social support* atau dukungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan koefisien beta sebesar -0,483. Nilai negatif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat dukungan sosial yang diterima mahasiswa, maka kecenderungan untuk melakukan belanja kompulsif semakin rendah. Hal ini sejalan dengan teori bahwa dukungan sosial dapat bertindak sebagai *buffer* atau pelindung terhadap stres dan tekanan psikologis, sehingga individu tidak perlu mencari pelarian melalui perilaku konsumtif yang tidak rasional (Cobb, 1976). Dengan adanya dukungan emosional dan instrumental dari orang-orang terdekat, mahasiswa rantau lebih mampu mengelola tekanan dan menekan impuls untuk membeli barang sebagai kompensasi emosional.

Penelitian dari Roberts et al. (2008) mendukung temuan ini, dengan menyatakan bahwa kurangnya dukungan sosial berkorelasi positif dengan

peningkatan perilaku konsumtif pada remaja dan dewasa muda. Mahasiswa yang tidak memiliki sistem dukungan sosial yang kuat cenderung merasa kesepian, terisolasi, dan mengalami tekanan emosional yang tinggi. Dalam kondisi tersebut, aktivitas belanja bisa menjadi cara instan untuk mendapatkan rasa nyaman dan kontrol. Oleh karena itu, kehadiran dukungan sosial yang memadai dapat menurunkan kemungkinan mahasiswa mencari kompensasi melalui pembelian barang-barang yang tidak diperlukan. Dukungan tersebut bisa berupa nasihat, empati, atau hanya sekadar keberadaan teman dan keluarga yang bersedia mendengarkan keluh kesah.

Dukungan sosial juga berperan dalam membentuk mekanisme *coping* yang lebih adaptif. Menurut penelitian dari Taylor (2011), individu yang memiliki dukungan sosial cenderung memilih strategi *coping* berbasis pemecahan masalah daripada pelarian emosional, yang berkaitan erat dengan perilaku belanja kompulsif. Dalam konteks mahasiswa rantau, dukungan dari teman, keluarga, dan komunitas kampus sangat penting dalam membantu mereka beradaptasi dengan lingkungan baru dan mengelola tekanan akademik maupun sosial. Ketika dukungan ini tersedia, mahasiswa lebih mampu merespon stres secara rasional dan tidak merasa perlu untuk mencari pelarian melalui konsumsi impulsif.

Namun, pengaruh *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana individu memaknai dan merasakan keberadaan dukungan tersebut. Dukungan sosial yang dirasakan secara subjektif sebagai memadai akan memberikan perlindungan psikologis yang efektif terhadap tekanan emosional yang menjadi pemicu belanja kompulsif. Cohen & Wills (1985) menjelaskan bahwa persepsi terhadap dukungan sosial memiliki peran krusial dalam mengurangi dampak stres terhadap perilaku maladaptif. Mahasiswa yang merasa memiliki orang-orang terdekat yang peduli dan bersedia membantu cenderung memiliki resiliensi lebih tinggi dalam menghadapi tekanan, sehingga tidak perlu melampiaskan emosi melalui aktivitas konsumtif.

Dengan kata lain, kualitas dan persepsi atas dukungan sosial yang diterima berperan penting dalam menekan kecenderungan *compulsive buying*, terutama pada mahasiswa rantau yang rentan terhadap stres emosional dan sosial.

#### **6. Pengaruh Strategi *Coping Stress* dan *Social Support* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying***

Hasil analisis regresi berganda dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *coping stress* dan *social support* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada uji F sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,723, yang berarti kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 72,3% variasi dalam perilaku belanja kompulsif. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa memiliki kemampuan *coping* yang adaptif dan mendapatkan dukungan sosial yang memadai, kecenderungan untuk melakukan pembelian secara kompulsif cenderung menurun. Penelitian dari Yurchisin dan Johnson (2004) juga mendukung hasil ini, dengan menyatakan bahwa individu yang mampu mengelola stres secara sehat dan memiliki jaringan dukungan sosial yang kuat, memiliki kecenderungan lebih rendah terhadap perilaku konsumtif yang bersifat kompulsif.

Strategi *coping stress*, terutama yang bersifat *problem-focused coping*, memiliki pengaruh besar dalam mereduksi kecenderungan belanja kompulsif. Ketika individu mampu menghadapi tekanan dengan cara menyelesaikan masalah secara langsung, mereka cenderung tidak mencari pelarian emosional melalui konsumsi. Faber dan Christenson (1996) menekankan bahwa *compulsive buying* sering digunakan sebagai mekanisme pelarian untuk meredakan ketegangan emosional akibat ketidakmampuan mengelola stres. Dalam konteks mahasiswa rantau, tantangan adaptasi lingkungan, tekanan akademik, dan keterbatasan akses dukungan menjadikan *coping* yang efektif sebagai faktor protektif yang sangat penting. Oleh karena itu, mahasiswa yang mengembangkan *coping*

yang sehat akan lebih mampu merespon stres secara rasional dan terhindar dari belanja berlebihan.

Dukungan sosial juga turut berperan dalam menurunkan kecenderungan *compulsive buying* dengan menyediakan rasa aman, validasi emosi, dan tempat berbagi tekanan. Cohen & Wills (1985) melalui teori *buffering hypothesis* menjelaskan bahwa dukungan sosial berfungsi sebagai pelindung terhadap pengaruh negatif stres, dan dapat mengurangi dampaknya terhadap perilaku maladaptif seperti belanja kompulsif. Mahasiswa rantau yang memiliki teman, keluarga, atau komunitas yang mendukung, lebih mungkin untuk menyampaikan masalah dan mendapatkan solusi secara sosial daripada melampiaskannya lewat konsumsi barang yang tidak dibutuhkan. Temuan ini konsisten dengan studi Taylor (2011) yang menunjukkan bahwa dukungan sosial yang kuat berkorelasi positif dengan peningkatan kesejahteraan emosional dan pengurangan perilaku berisiko seperti konsumsi kompulsif.

Kombinasi antara strategi *coping stress* yang tepat dan dukungan sosial yang memadai menciptakan efek sinergis dalam menekan kecenderungan *compulsive buying*. Individu yang memiliki dua sumber daya ini secara bersamaan tidak hanya mampu mengelola tekanan internal, tetapi juga menerima bantuan eksternal dalam menghadapi situasi yang menantang. Menurut Koran et al. (2006), *compulsive buying* berkembang karena kombinasi dari faktor psikologis internal seperti stres dan impulsivitas, serta ketiadaan regulasi sosial yang mendukung. Oleh karena itu, intervensi untuk menurunkan perilaku belanja kompulsif perlu menargetkan penguatan keterampilan *coping* sekaligus menciptakan lingkungan sosial yang suportif, khususnya pada kelompok yang rentan seperti mahasiswa rantau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berlandaskan rumusan masalah, asumsi, dan hasil penelitian, maka penelitian melalui judul “Pengaruh *Strategi Coping Stress* dan *Social Support* terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Mahasiswa Rantau” menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *compulsive buying* pada mahasiswa rantau tergolong tinggi, dengan mayoritas responden menunjukkan kecenderungan signifikan terhadap perilaku belanja impulsif dan kompulsif. Hal ini berkaitan dengan tekanan emosional, tuntutan akademik, serta faktor lingkungan sosial dan budaya konsumtif, terutama di kalangan perempuan dan mahasiswa dari daerah metropolitan seperti Jakarta.
2. Strategi *coping stress* yang digunakan mahasiswa rantau secara umum berada pada kategori sedang. Mayoritas mahasiswa belum menggunakan strategi *coping* secara optimal, dengan kecenderungan lebih besar pada *emotion-focused coping* dibandingkan *problem-focused coping*. Meskipun demikian, dimensi *self-control* muncul sebagai aspek tertinggi dalam strategi *coping*, menunjukkan potensi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan ketahanan psikologis mahasiswa.
3. Tingkat *social support* yang diterima mahasiswa rantau berada pada kategori sedang, dengan dukungan keluarga menjadi sumber utama dibandingkan teman atau *significant others*. Dukungan sosial lebih tinggi dirasakan oleh mahasiswa perempuan dan mereka yang berasal dari budaya kolektivistik seperti Sumatera, yang menunjukkan pentingnya ikatan emosional dan sosial dalam mendukung kesejahteraan psikologis mahasiswa.

4. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa strategi *coping stress* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap perilaku *compulsive buying*. Semakin baik strategi *coping* yang digunakan mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka melakukan pembelian kompulsif. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara strategi *coping stress* terhadap perilaku *compulsive buying* diterima.
5. Dukungan sosial juga memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *compulsive buying*. Mahasiswa yang memiliki dukungan sosial yang baik cenderung tidak menggunakan aktivitas belanja sebagai pelarian emosional. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *social support* terhadap perilaku *compulsive buying* diterima.
6. Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa strategi *coping stress* dan *social support* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *compulsive buying*, dengan kontribusi sebesar 72,3% dalam menjelaskan variabel tersebut. Ini menunjukkan bahwa kombinasi antara keterampilan *coping* dan dukungan sosial dapat menjadi faktor pelindung utama terhadap kecenderungan belanja kompulsif. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara strategi *coping stress* dan *social support* secara simultan terhadap *compulsive buying* diterima.

## **B. Saran**

### **1. Untuk Mahasiswa**

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *compulsive buying* dipengaruhi oleh strategi *coping stress* dan dukungan sosial, maka mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam literasi finansial dan juga mengelola stres, khususnya dengan memperkuat aspek *self-control*. Mahasiswa perlu mulai melatih diri untuk mengatur impuls, menunda kepuasan, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam berbelanja. Latihan seperti journaling, meditasi, dan refleksi harian dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan kesadaran diri (*self-awareness*) yang lebih baik dalam menghadapi stres. Selain itu, mahasiswa disarankan untuk aktif membangun dan memelihara hubungan sosial yang positif, baik dengan teman sebaya, keluarga, maupun komunitas kampus, agar memperoleh *social support* yang memadai. Dukungan ini sangat penting sebagai pelindung terhadap tekanan emosional yang seringkali menjadi pemicu perilaku belanja kompulsif.

### **2. Untuk Lembaga Pendidikan**

Lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi, diharapkan dapat menyediakan fasilitas dan program yang mendukung penguatan literasi finansial mahasiswa. Salah satu bentuk implementasinya adalah dengan menyelenggarakan seminar, pelatihan, atau mata kuliah pengelolaan keuangan pribadi yang membekali mahasiswa dengan pengetahuan praktis terkait perencanaan anggaran, kontrol pengeluaran, dan manajemen utang. Selain itu, lembaga juga dapat mengembangkan layanan konseling psikologis yang berfokus pada pengelolaan stres dan pengembangan *self-control*, serta memperkuat fungsi pusat kegiatan mahasiswa (UKM/organisasi kampus) sebagai wadah membangun jejaring sosial dan *support system* yang sehat. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya terampil secara akademik, tetapi juga memiliki kecakapan hidup

(*life skills*) yang baik dalam menghadapi tantangan psikologis dan finansial selama masa perkuliahan.

### **3. Untuk Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini menemukan bahwa strategi *coping stress* dan *social support* memengaruhi perilaku *compulsive buying* sebesar 72,3%. Artinya, masih ada 27,7% pengaruh dari faktor lain yang belum dijelaskan. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang mungkin turut memengaruhi, seperti kecerdasan emosional, literasi keuangan, kontrol diri, lingkungan sosial, dan budaya konsumsi. Selain itu, pendekatan *mixed method* atau metode gabungan antara kuantitatif dan kualitatif juga bisa digunakan agar hasil yang diperoleh lebih mendalam dan menyeluruh, khususnya dalam memahami perilaku belanja kompulsif pada mahasiswa rantau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aiken, L. R. (1980). Content Validity and Reliability of single items or questionnaires. *Educational and Psychological Measurement*, 40(4), 955–959. <https://doi.org/10.1177/001316448004000419>
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelaja.
- Black D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry : Official Journal of the World Psychiatric Association (WPA)*, 6(1), 14–18.
- Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, J. K. (1989). Assessing coping strategies: A theoretically based approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(2), 267–283. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.2.267>
- Cobb, S. (1976). Social Support as a Moderator of Life Stress. *Psychosomatic Medicine*, 38(5), 300–314. <https://doi.org/10.1097/00006842-197609000-00003>
- Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310–357. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.98.2.310>
- Compas, B. E., Connor-Smith, J. K., Saltzman, H., Thomsen, A. H., & Wadsworth, M. E. (2001). Coping with stress during childhood and adolescence: Problems, progress, and potential in theory and research. *Psychological Bulletin*, 127(1), 87–127. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.1.87>
- d’Astous, A. (1990). An inquiry into the compulsive side of “normal” consumers. *Journal of Consumer Policy*, 13(1), 15–31.
- Day, A. L., & Livingstone, H. A. (2003). Gender differences in perceptions of stressors and utilization of social support among university students. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 35(2), 73–83.
- Dittmar, H. (2005). A New Look at “Compulsive Buying”: Self–Discrepancies and Materialistic Values as Predictors of Compulsive Buying Tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), 832–859. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.6.832>
- Edwards, E. A. (1993). *Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior* (Vol. 48197, Issue 313).

- Endler, N. S., & Parker, J. D. (1990). Multidimensional assessment of coping: A critical evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *58*(5), 844–854. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.5.844>
- Faber, R. J., & Christenson, G. A. (1996). In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. *Psychology and Marketing*, *13*(8), 803–819.
- Fitriani, A. (2019). Strategi coping stres mahasiswa perantau ditinjau dari budaya dan dukungan sosial. *Jurnal Psikologi Insight*, *11*(1), 55–64.
- Geovani, V., & Arswimba, D. (2023). Perilaku belanja daring pada mahasiswa rantau dan pengaruh lingkungan sosial 18(1), 45–58. *Jurnal Psikologi Sosial*, *18*(1), 45–58.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harvanko, A. M., Lust, K., Odlaug, B. L., Schreiber, L. R., Derbyshire, K. L., Christenson, G., & Grant, J. E. (2013). Prevalence and characteristics of compulsive buying in college students. *Psychiatry Research*, *210*(3), 1079–1085.
- House, J. S. (1981). *Work stress and social support* (MA: Addison-Wesley). Reading Mass.
- House, J. S., Umberson, D., & Landis, K. R. (1988). Structures and processes of social support. *Annual Review of Sociology*, *14*, 293–318.
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Erlangga.
- Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D., & Serpe, R. T. (2006). Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry*, *163*(10), 1806–1812. <https://doi.org/10.1176/ajp.2006.163.10.1806>
- Kraepelin, E. (1915). *Psychiatrie: Ein Lehrbuch für Studierende und Ärzte* (8th ed.). Barth.
- Kukar-Kinney, M., Ridgway, N. M., & Monroe, K. B. (2012). The role of price in the behavior and purchase decisions of compulsive buyers. *Journal of Retailing*, *88*(1), 63–71.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. Springer Publishing Company.

- Lee, S. H., & Workman, J. E. (2015). Compulsive buying and branding phenomena. *Journal of Fashion Marketing and Management*, *19*(4), 498–515.
- Lo, H. Y., & Harvey, N. (2021). Compensatory consumer behavior in response to workplace ostracism: The roles of loneliness and materialism. *Journal of Business Research*, *126*, 634–643.
- Lo, H.-Y., & Harvey, N. (2012). Effects of shopping addiction on consumer decision-making: Web-based studies in real time. *Journal of Behavioral Addictions*, *1*(4), 162–170. <https://doi.org/10.1556/JBA.1.2012.006>
- McElroy, S. L., Keck, P. E., Jr, P. H. G., Jr, S. J. M., & Strakowski, S. M. (1994). Compulsive buying: a report of 20 cases. *The Journal of Clinical Psychiatry*, *55*(6), 242–248.
- Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., Faber, R., & Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, *34*(1), 1–9. [https://doi.org/10.1016/S0005-7916\(03\)00002-8](https://doi.org/10.1016/S0005-7916(03)00002-8)
- Muller, A., Mitchell, J. E., Crosby, R. D., Gefeller, O., Faber, R. J., Martin, A., & de Zwaan, M. (2011). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in Germany and its association with sociodemographic characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry Research*, *180*(3), 137–142.
- Müller, A., Mitchell, J. E., & de Zwaan, M. (2015). Compulsive buying. *The American Journal on Addictions*, *24*(2), 132–137. <https://doi.org/10.1111/ajad.12111>
- Müller, A., Trotske, P., Mitchell, J. E., de Zwaan, M., & Brand, M. (2022). The path from stress to shopping is paved with difficult emotions: A structural equation model on compulsive buying in university students. *Journal of Behavioral Addictions*, *11*(1), 145–156.
- O’Guinn, T., & Faber, R. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *The Journal of Consumer Research*, *16*(2), 147–157.
- Pargament, K. I. (1997). *The psychology of religion and coping: Theory, research, practice*. Guilford Press.
- Park, H. J., & Kim, Y. K. (2008). The role of social networks and support in compulsive buying: A social psychological approach. *Advances in Consumer Research*, *35*, 671–678.

- Priyatno, D. (2010). *Paham analisa statistik data dengan SPSS*. Mediakom.
- Reevy, G. M., & Maslach, C. (2001). Use of social support: Gender and personality differences. *Sex Roles, 44*(7), 437–459.
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An Expanded Conceptualization and a New Measure of Compulsive Buying. *Journal of Consumer Research, 35*(4), 622–639. <https://doi.org/10.1086/591108>
- Robbins, S. P. (2011). *Organizational Behavior (15th ed.)*. Prentice Hall.
- Roberts, J. A., & Manolis, C. (2012). Cooking up a recipe for self-control: The three ingredients of self-control and its impact on compulsive buying. *Journal of Marketing Theory and Practice, 20*(2), 173–188.
- Roberts, J. A., Manolis, C., & Pullig, C. (2014). Contingent self-esteem, self-presentational concerns, and compulsive buying. *Psychology and Marketing, 31*(2), 147–160.
- Roberts, J. A., Manolis, C., & Tanner Jr, J. F. (2008). Adolescent autonomy and the impact of family structure on materialism and compulsive buying. *Journal of Marketing Theory and Practice, 16*(1), 57–68.
- Santrock, J. W. (2007). *Life-Span Development (11th ed.)*. McGraw-Hill.
- Sapardo, H. (2019). Hubungan antara coping stres dan dukungan sosial pada mahasiswa rantau yang bekerja. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling, 5*(3), 209–215.
- Sarason, I. G., Pierce, G. R., & Sarason, B. R. (1990). Social Support and Interactional Processes: A Triadic Hypothesis. *Journal of Social and Personal Relationships, 7*(4), 495–506. <https://doi.org/10.1177/0265407590074006>
- Schaefer, C., Coyne, J. C., & Lazarus, R. S. (1981). The health-related functions of social support. *Journal of Behavioral Medicine, 4*(4), 381–406. <https://doi.org/10.1007/BF00846149>
- Simamora, B. (2022). *Panduan riset perilaku konsumen di era digital*. Mitra Wacana Media.
- Skinner, E. A., Edge, K., Altman, J., & Sherwood, H. (2003). Searching for the structure of coping: A review and critique of category systems for classifying ways of coping. *Psychological Bulletin, 129*(2), 216–269.

- Snyder, C. R., & Dinoff, B. L. (1999). *Coping: Where Have You Been?* In C. R. Snyder (Ed.) *Coping: The Psychology of What Works*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/med:psych/9780195119343.001.0001>
- Sugiyono. (2017). *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.
- Taylor, S. E. (2011). Social support: A review. In M. S. Friedman (Ed.), *The Handbook of Health Psychology* (pp. 189–214). Oxford University Press.
- Weinstein, A., & Mezig, H. (2015). A study investigating the association between compulsive buying with measures of anxiety and obsessive–compulsive behavior among internet shoppers. *Comprehensive Psychiatry*, 57, 46–50.
- Weiss, R. (1974). *The Provisions of Social Relationships* (Z. , Ed. In: Rubin, Ed.). Doing unto Others.
- Yurchisin, J., & Johnson, K. K. P. (2004). Compulsive buying behavior and its relationship to perceived social status associated with buying, materialism, self-esteem, and apparel-product involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(3), 291–314.
- Zeidner, M., & Saklofske, D. (1996). *Adaptive and Maladaptive Coping*. In M. Zeidner & N.S. Endler (Eds.), *Handbook of Coping: Theory, Research, Applications*. John Wiley & Sons.
- Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G., & Farley, G. K. (1988). The Multidimensional Scale of Perceived Social Support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30–41. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201_2)

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Lampiran 1 Skala Penelitian

### Skala *Compulsive Buying*

Nama : Jenis Kelamin :

Instansi : Sumber Pendapatan :

Kota Asal :

### Petunjuk Pengisian

STS: Sangat Tidak Setuju S : Setuju

TS : Tidak Setuju SS : Sangat Setuju

No.	Item	STS	TS	SS	SS
1.	Saya suka berbelanja secara terus menerus				
2.	Saya merasa bahagia saat belanja sesuka hati				
3	Saya sering membeli barang yang sebenarnya tidak perlu				
4.	Ketika sedih, saya cenderung belanja untuk merasa lebih baik				
5.	Saya membeli suatu barang tapi jarang saya gunakan				
6.	Saya sering membeli barang yang sedang tren, meskipun tidak membutuhkannya				
7.	Saya merasa puas jika membeli barang populer				
8.	Saya membeli barang agar tidak merasa tertinggal dari orang lain				
9.	Ketika cemas, saya lebih sering berbelanja untuk menenangkan diri				
10.	Saya sering membeli barang karena khawatir kesempatan untuk memilikinya segera hilang				
11.	Saya sering merasa ingin menghabiskan uang dengan belanja				
12.	Saya merasa senang berbelanja bersama teman				

13.	Kadang saya merasa terpaksa untuk belanja				
14.	Saya tidak selalu bersemangat belanja, meskipun punya uang dan waktu				
15.	Saya sangat menikmati aktivitas berbelanja				
16.	Saya bisa menghabiskan waktu berjam-jam untuk berbelanja				
17.	Saya merasa belanja hanya membuang-buang waktu				
18.	Saya sadar belanja saya berlebihan, tapi tetap melakukannya				
19.	Saya sering belanja lebih banyak dari kemampuan keuangan saya				
20.	Saya sering membeli lebih banyak barang dari yang direncanakan				
21.	Saya sulit mengendalikan belanja meskipun tahu itu melebihi batas keuangan saya				
22.	Saya merasa cemas setelah belanja berlebihan				
23.	Saya merasa bersalah setelah menghabiskan terlalu banyak uang untuk belanja				
24.	Saya menyesal telah belanja terlalu banyak				
25.	Saya malu dengan kebiasaan belanja saya yang berlebihan				



11.	Saya bergabung dengan komunitas atau organisasi kampus untuk mendapatkan dukungan				
12.	Saya berbicara dengan keluarga untuk berbagi perasaan dan mengurangi beban pikiran				
13.	Saya datang ke teman dekat saya untuk berkeluh kesah				
14.	Saya menulis jurnal untuk mencurahkan isi hati saya agar merasa lebih lega				
15.	Saya mencoba berpikir bahwa semua hal yang terjadi adalah bagian dari proses belajar dan berkembang				
16.	Saya berusaha melihat sisi positif dari setiap masalah yang saya hadapi				
17.	Saya menerima bahwa ini adalah bagian dari perjalanan hidup saya dan saya harus menjalaninya dengan sabar				
18.	Saya beristirahat atau melakukan hal yang menyenangkan untuk mengurangi stres				
19.	Saya mengalihkan pikiran dari masalah dengan menonton film, mendengarkan musik, atau melakukan aktivitas lain				
20.	Saya lebih memilih untuk tidak menceritakan masalah saya kepada orang lain agar mereka tidak khawatir				
21.	Saya berusaha menyembunyikan masalah saya agar orang lain tidak tahu betapa sulitnya keadaan saya				
22.	Saya melakukan olahraga atau aktivitas fisik untuk mengurangi stres				
23.	Saya mencoba lebih memahami dan memaafkan diri sendiri jika melakukan kesalahan				
24.	Saya menyalahkan diri sendiri atas masalah yang terjadi, tetapi saya juga berusaha belajar dari kesalahan itu				
25.	Saya berdoa agar diberikan ketenangan dan kekuatan dalam menghadapi masalah				
26.	Saya menganggap semua hal yang telah terjadi sebagai bagian dari rencana Tuhan untuk saya				

**Skala Social Support**

Nama : Jenis Kelamin :

Instansi : Sumber Pendapatan :

Kota Asal :

**Petunjuk Pengisian**

STS: Sangat Tidak Setuju S : Setuju

TS : Tidak Setuju SS : Sangat Setuju

No.	Item	STS	TS	SS	SS
1.	Keluarga saya tetap mendukung saya meskipun saya jauh dari rumah				
2.	Saya bisa bercerita dan curhat dengan keluarga walaupun jarak jauh				
3	Keluarga saya berusaha membantu saya saat saya mengalami kesulitan				
4.	Saya merasa didukung oleh keluarga saya melalui telepon atau pesan				
5.	Keluarga saya masih membantu saya dalam mengambil keputusan penting				
6.	Saya punya teman di perantauan yang bisa saya andalkan saat ada masalah				
7.	Teman-teman saya membantu saya beradaptasi dengan kehidupan di perantauan				
8.	Saya bisa berbagi cerita dan pengalaman dengan teman-teman saya				
9.	Ada seseorang yang selalu memberi dukungan kepada saya				
10.	Saya merasa ada orang yang peduli dengan keadaan saya di perantauan				
11.	Saya nyaman berbicara tentang perasaan dan masalah saya dengan orang terdekat				
12.	Saya punya sahabat yang membantu saya dalam mengambil keputusan				

## Lampiran 2 Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS PSIKOLOGI**

Jalan Gajayana 50 Malang, 65144, Telepon: 0341-558916, Website: fpsi.uin-malang.ac.id

Nomor : 503/FPsi.1/PP.009/4/2025  
Hal : **IZIN PENELITIAN SKRIPSI**

15 April 2025

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Brawijaya  
Jalan Veteran No. 12-16, Malang, 65145  
di Tempat

*Assalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.*

Dengan hormat,

Dalam rangka pengembangan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi kepada:

Nama / NIM : ATIRA MUMTAZA/210401110010  
Tempat Penelitian : Universitas Brawijaya  
Judul Skripsi : **Pengaruh Strategi *Coping* Stress Dan *Social Support* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying* Pada Mahasiswa Rantau**  
Dosen Pembimbing : Dr. Retno Mangestuti, M.Si., Psikolog  
Tanggal Penelitian : 19-03-2025 s.d 28-03-2025  
Model Kegiatan : Online

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.*

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Ald Ridho

Tembusan:  
1. Dekan;  
2. Para Wakil Dekan;



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS PSIKOLOGI**

Jalan Gajayana 50 Malang, 65144, Telepon: 0341-558916, Website: fpsi.uin-malang.ac.id

Nomor : 504/FPsi.1/PP.009/4/2025  
Hal : **IZIN PENELITIAN SKRIPSI**

15 April 2025

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik  
Ibrahim  
Jl. Gajayana No. 50, Diyono, Lowokwaru, Malang  
65144  
di Tempat

*Assalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.*

Dengan hormat,

Dalam rangka pengembangan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi kepada:

Nama / NIM : ATIRA MUMTAZA/210401110010  
Tempat Penelitian : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Judul Skripsi : **Pengaruh Strategi Coping Stress Dan Social Support Terhadap Perilaku Compulsive Buying Pada Mahasiswa Rantau**  
Dosen Pembimbing : Dr. Retno Mangestuti, M.Si., Psikolog  
Tanggal Penelitian : 19-03-2025 s.d 28-03-2025  
Model Kegiatan : Online

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.*

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Ald Ridho

Tembusan:



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS PSIKOLOGI**

Jalan Gajayana 50 Malang, 65144, Telepon: 0341-558916, Website: fpsl.uin-malang.ac.id

Nomor : 502/FPsi.1/PP.009/4/2025  
Hal : **IZIN PENELITIAN SKRIPSI**

15 April 2025

Kepada Yth.  
Rektor Universitas Negeri Malang  
Jl. Semarang 5 Malang 65145  
di Tempat

*Assalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.*

Dengan hormat,

Dalam rangka pengembangan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi kepada:

Nama / NIM : ATIRA MUMTAZA/210401110010  
Tempat Penelitian : Universitas Negeri Malang  
Judul Skripsi : **Pengaruh Strategi Coping Stress Dan Social Support Terhadap Perilaku Compulsive Buying Pada Mahasiswa Rantau**  
Dosen Pembimbing : Dr. Retno Mangestuti, M.Si., Psikolog  
Tanggal Penelitian : 19-03-2025 s.d 28-03-2025  
Model Kegiatan : Online

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh.*

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



A. Ridho

Tembusan:  
1. Dekan;  
2. Para Wakil Dekan;

### Lampiran 3 Hasil Penilaian Ahli Panel

#### Skala *Compulsive Buying*

Aspek	Indikator	Item		Keterangan
		F	UF	
<i>Tendency to Spend</i>	Kecenderungan untuk berbelanja secara terus-menerus	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	-	Item berwarna kuning mengindikasikan adanya perbaikan redaksional
<i>Compulsion/Drive to Spend</i>	Dorongan yang memicu pembelian kompulsif saat berbelanja	11, 14	12, 13	
<i>Feelings (Joy) About Shopping and Spending</i>	Perasaan bahagia ketika berbelanja	17, 18	15, 16	- Item berwarna kuning mengindikasikan adanya perbaikan redaksional - Tidak relevan
<i>Dysfunctional Spending</i>	Berbelanja hal yang di luar kebutuhan	19, 20, 21, 22	-	Item berwarna kuning mengindikasikan adanya perbaikan redaksional
<i>Post-Purchase Guilt</i>	Perasaan bersalah atau menyesal setelah pembelian	23, 24, 25, 26	-	

## Lampiran 4 Hasil Aiken's

### *Compulsive Buying*

No.	Validator				S				ΣS	N(C-1)	V	Keterangan
	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	3	1	3	3	2	0	2	2	6	8	0,75	Valid
2.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
3	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
4.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
5.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
6.	3	3	3	3	2	1	2	2	7	8	0,875	Valid
7.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
8.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
9.	3	2	3	3	2	1	2	2	7	8	0,875	Valid
10.	3	2	3	3	2	1	2	2	7	8	0,875	Valid
11.	3	2	3	3	2	1	2	2	7	8	0,875	Valid
12.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
13.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
14.	3	2	3	3	2	1	2	2	7	8	0,875	Valid
15.	1	2	2	3	0	1	1	2	4	8	0,5	Valid
16.	1	1	2	3	0	0	1	2	3	8	0,375	Tidak Valid
17.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
18.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
19.	1	2	2	3	0	1	1	2	4	8	0,5	Valid
20.	1	2	2	3	0	1	1	2	4	8	0,5	Valid
21.	3	2	3	3	2	1	2	2	7	8	0,875	Valid
22.	3	2	3	3	2	1	2	2	7	8	0,875	Valid
23.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
24.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
25.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid
26.	3	3	3	3	2	2	2	2	8	8	1	Valid

## Lampiran 5 Uji Validitas

### Skala Compulsive Buying

		Correlations																								
		CB1	CB2	CB3	CB4	CB5	CB6	CB7	CB8	CB9	CB10	CB11	CB12	CB13	CB14	CB15	CB16	CB17	CB18	CB19	CB20	CB21	CB22	CB23	CB24	CB25
CB1	Pearson Correlation	1	.774	.870	.275	.853	.826	.815	.857	.347	.790	.765	.663	.753	.305	.656	.655	.667	.703	.795	.660	.782	.424	.369	.377	.485
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB2	Pearson Correlation	.774	1	.739	.316	.731	.755	.739	.715	.340	.682	.722	.646	.642	.199	.772	.745	.466	.523	.581	.613	.585	.299	.374	.303	.331
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB3	Pearson Correlation	.870	.739	1	.253	.814	.849	.853	.816	.336	.820	.828	.737	.783	.301	.708	.686	.623	.758	.776	.738	.759	.421	.436	.417	.508
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB4	Pearson Correlation	.275	.316	.253	1	.293	.319	.293	.300	.807	.299	.162	.215	.198	.661	.249	.172	.153	.189	.197	.209	.247	.085	.077	.059	.067
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.032	.004	.009	.000	.001	.023	.043	.012	.009	.006	.001	.261	.311	.441	.379
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB5	Pearson Correlation	.853	.731	.814	.293	1	.895	.906	.858	.406	.842	.796	.690	.774	.336	.695	.631	.656	.770	.799	.742	.788	.487	.456	.478	.585
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB6	Pearson Correlation	.826	.755	.849	.316	.895	1	.868	.886	.385	.807	.746	.664	.744	.377	.659	.608	.640	.730	.758	.684	.748	.409	.368	.374	.497
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB7	Pearson Correlation	.815	.739	.853	.293	.906	.889	1	.861	.366	.774	.779	.703	.772	.312	.707	.613	.633	.717	.777	.684	.748	.476	.435	.414	.506
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB8	Pearson Correlation	.857	.715	.816	.300	.898	.888	.861	1	.358	.825	.721	.626	.773	.342	.642	.626	.668	.731	.812	.679	.785	.454	.381	.428	.504
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB9	Pearson Correlation	.347	.340	.336	.887	.496	.365	.366	.358	1	.337	.224	.201	.245	.702	.331	.223	.253	.266	.277	.225	.297	.112	.116	.130	.183
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.003	.009	.001	.000	.003	.001	.000	.000	.003	.000	.003	.000	.141	.128	.088
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB10	Pearson Correlation	.790	.682	.820	.299	.842	.807	.774	.825	.337	1	.741	.715	.682	.307	.666	.636	.603	.704	.756	.714	.735	.405	.418	.415	.529
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB11	Pearson Correlation	.765	.722	.829	.162	.796	.746	.770	.721	.224	.741	1	.701	.767	.208	.715	.748	.629	.688	.742	.751	.713	.481	.536	.490	.566
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.032	.000	.000	.000	.000	.003	.000		.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB12	Pearson Correlation	.663	.648	.737	.215	.690	.664	.703	.626	.301	.715	.701	1	.599	.227	.632	.613	.403	.625	.598	.638	.577	.254	.336	.222	.292
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.000		.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.003	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB13	Pearson Correlation	.753	.642	.783	.198	.774	.744	.772	.773	.245	.682	.767	.599	1	.259	.708	.617	.705	.682	.747	.722	.693	.606	.587	.550	.566
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB14	Pearson Correlation	.305	.199	.301	.881	.336	.377	.312	.342	.702	.307	.208	.227	.259	1	.204	.149	.326	.320	.263	.231	.318	.104	.054	.060	.174
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.003	.000	.000		.007	.049	.000	.000	.000	.000	.000	.170	.480	.432	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB15	Pearson Correlation	.656	.772	.708	.246	.695	.659	.707	.642	.331	.666	.715	.632	.708	.204	1	.788	.583	.608	.652	.733	.622	.354	.442	.397	.388
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB16	Pearson Correlation	.655	.745	.686	.172	.631	.608	.613	.626	.223	.636	.748	.613	.617	.149	.788	1	.438	.585	.605	.677	.616	.338	.452	.408	.366
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.023	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.049	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB17	Pearson Correlation	.667	.466	.623	.153	.656	.640	.633	.668	.253	.603	.626	.403	.705	.326	.583	.438	1	.727	.768	.601	.709	.624	.535	.604	.716
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.043	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB18	Pearson Correlation	.703	.523	.758	.189	.770	.730	.717	.731	.266	.704	.688	.625	.682	.320	.698	.585	.727	1	.863	.774	.815	.576	.520	.536	.626
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
CB19	Pearson Correlation	.795	.681	.776	.197	.799	.758	.777	.812	.277	.756	.742	.598	.747	.263	.652	.605	.768	.663	1	.774	.884	.572	.502	.569	

## Skala Strategi Coping Stress

**Correlations**

	SCS1	SCS2	SCS3	SCS4	SCS5	SCS6	SCS7	SCS8	SCS9	SCS10	SCS11	SCS12	SCS13	SCS14	SCS15	SCS16	SCS17	SCS18	SCS19	SCS20	SCS21	SCS22	SCS23	SCS24	SCS25	SCS26		
SCS1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .730 175	.881 .000 175	.463 .000 175	.463 .000 175	.463 .000 175	.386 .000 175	.242 .001 175	.337 .000 175	.419 .000 175	.291 .000 175	.512 .000 175	.532 .000 175	.302 .000 175	.335 .000 175	.435 .000 175	.378 .000 175	.472 .000 175	.344 .000 175	.199 .008 175	.152 .044 175	.299 .000 175	.407 .000 175	.289 .000 175	.298 .000 175	.255 .001 175		
SCS2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.730 .000 175	1 .000 175	.684 .000 175	.490 .000 175	.391 .000 175	.549 .000 175	.498 .000 175	.346 .000 175	.338 .000 175	.420 .000 175	.316 .000 175	.509 .000 175	.551 .000 175	.245 .001 175	.347 .000 175	.413 .000 175	.372 .000 175	.425 .000 175	.424 .048 175	.150 .009 175	.196 .009 175	.262 .000 175	.430 .000 175	.209 .005 175	.349 .000 175	.305 .000 175	
SCS3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.881 .000 175	.684 .000 175	1 .000 175	.464 .000 175	.354 .000 175	.461 .000 175	.484 .000 175	.392 .000 175	.335 .000 175	.386 .000 175	.426 .000 175	.485 .000 175	.533 .000 175	.369 .000 175	.312 .000 175	.388 .000 175	.308 .000 175	.389 .000 175	.406 .000 175	.325 .000 175	.192 .000 175	.391 .000 175	.374 .000 175	.251 .001 175	.202 .002 175	.003 .000 175	
SCS4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.463 .000 175	.480 .000 175	.464 .000 175	1 .000 175	.888 .000 175	.793 .000 175	.679 .000 175	.416 .000 175	.614 .000 175	.673 .004 175	.216 .000 175	.168 .000 175	.244 .000 175	.002 .001 175	.588 .000 175	.499 .000 175	.563 .000 175	.562 .000 175	.563 .000 175	.378 .010 175	.409 .000 175	.195 .000 175	.572 .000 175	.444 .000 175	.481 .000 175	.423 .000 175	
SCS5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.463 .000 175	.391 .000 175	.354 .000 175	.684 .000 175	1 .000 175	.720 .000 175	.688 .000 175	.274 .000 175	.598 .000 175	.586 .134 175	.114 .001 175	.259 .000 175	.321 .000 175	.042 .580 175	.576 .000 175	.638 .000 175	.583 .000 175	.497 .000 175	.489 .000 175	.334 .000 175	.471 .000 175	.193 .010 175	.508 .000 175	.353 .000 175	.457 .000 175	.469 .000 175	
SCS6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.463 .000 175	.549 .000 175	.461 .000 175	.793 .000 175	.720 .000 175	1 .000 175	.893 .000 175	.361 .000 175	.383 .000 175	.607 .001 175	.240 .001 175	.251 .001 175	.345 .000 175	.016 .829 175	.492 .000 175	.528 .000 175	.529 .000 175	.580 .000 175	.612 .000 175	.324 .000 175	.432 .000 175	.141 .062 175	.606 .000 175	.471 .000 175	.482 .000 175	.408 .000 175	
SCS7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.386 .000 175	.498 .000 175	.484 .000 175	.679 .000 175	.608 .000 175	.693 .000 175	1 .000 175	.393 .000 175	.459 .000 175	.530 .000 175	.248 .001 175	.268 .000 175	.360 .000 175	.281 .000 175	.048 .527 175	.542 .000 175	.515 .000 175	.532 .000 175	.490 .000 175	.480 .000 175	.350 .000 175	.313 .000 175	.152 .044 175	.558 .000 175	.446 .000 175	.410 .000 175	.456 .000 175
SCS8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.242 .001 175	.346 .000 175	.392 .000 175	.416 .000 175	.274 .000 175	.361 .000 175	.393 .000 175	1 .000 175	.383 .000 175	.342 .000 175	.488 .000 175	.289 .000 175	.164 .000 175	.419 .000 175	.302 .000 175	.294 .002 175	.280 .000 175	.232 .000 175	.287 .000 175	.261 .000 175	.187 .000 175	.532 .000 175	.218 .000 175	.181 .000 175	.196 .000 175	.123 .010 175	
SCS9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.337 .000 175	.338 .000 175	.335 .000 175	.614 .000 175	.598 .000 175	.583 .000 175	.459 .000 175	.283 .000 175	1 .000 175	.705 .000 175	.159 .000 175	.263 .000 175	.360 .000 175	.027 .721 175	.681 .000 175	.657 .000 175	.558 .000 175	.610 .000 175	.543 .000 175	.542 .000 175	.527 .000 175	.180 .000 175	.533 .000 175	.508 .000 175	.615 .000 175	.606 .000 175	
SCS10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.419 .000 175	.420 .000 175	.386 .000 175	.673 .000 175	.586 .000 175	.607 .000 175	.530 .000 175	.342 .000 175	.705 .000 175	1 .000 175	.185 .000 175	.394 .000 175	.329 .000 175	.017 .000 175	.731 .000 175	.631 .000 175	.640 .000 175	.626 .000 175	.609 .000 175	.521 .000 175	.583 .000 175	.204 .000 175	.594 .000 175	.543 .000 175	.637 .000 175	.566 .000 175	
SCS11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.291 .000 175	.316 .000 175	.428 .000 175	.216 .004 175	.114 .134 175	.240 .001 175	.248 .001 175	.469 .000 175	.189 .000 175	.185 .000 175	1 .000 175	.311 .000 175	.354 .000 175	.570 .000 175	.171 .000 175	.194 .000 175	.118 .000 175	.096 .000 175	.187 .000 175	.160 .000 175	.156 .000 175	.391 .000 175	.171 .000 175	.197 .000 175	.194 .000 175	.040 .000 175	
SCS12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.512 .000 175	.508 .000 175	.485 .000 175	.168 .000 175	.258 .001 175	.251 .001 175	.300 .000 175	.269 .000 175	.263 .000 175	.394 .000 175	.311 .000 175	1 .000 175	.556 .000 175	.296 .000 175	.443 .000 175	.411 .000 175	.393 .000 175	.289 .000 175	.336 .000 175	.263 .000 175	.174 .000 175	.188 .000 175	.335 .000 175	.301 .000 175	.300 .000 175	.272 .000 175	
SCS13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.532 .000 175	.551 .000 175	.533 .000 175	.244 .000 175	.321 .000 175	.345 .000 175	.281 .000 175	.164 .000 175	.360 .000 175	.329 .000 175	.354 .000 175	.556 .000 175	1 .000 175	.201 .008 175	.402 .000 175	.357 .000 175	.326 .000 175	.280 .000 175	.387 .000 175	.224 .000 175	.230 .000 175	.180 .000 175	.283 .000 175	.260 .000 175	.327 .000 175	.297 .000 175	
SCS14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.302 .000 175	.245 .001 175	.389 .000 175	.002 .000 175	.042 .000 175	.016 .000 175	.048 .000 175	.419 .000 175	.027 .000 175	.077 .000 175	.570 .000 175	.296 .000 175	.201 .000 175	1 .000 175	.031 .680 175	.155 .040 175	.010 .554 175	-.048 .000 175	-.004 .000 175	.080 .000 175	.002 .000 175	.666 .000 175	-.009 .000 175	.043 .000 175	-.041 .000 175	-.065 .000 175	
SCS15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.335 .000 175	.347 .000 175	.312 .000 175	.588 .000 175	.576 .000 175	.492 .000 175	.542 .000 175	.302 .000 175	.861 .000 175	.731 .000 175	.171 .000 175	.443 .000 175	.402 .000 175	.031 .680 175	1 .000 175	.624 .000 175	.589 .000 175	.456 .000 175	.503 .000 175	.508 .000 175	.465 .000 175	.211 .000 175	.552 .000 175	.509 .000 175	.572 .000 175	.580 .000 175	
SCS16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.435 .000 175	.413 .000 175	.386 .000 175	.499 .000 175	.638 .000 175	.528 .000 175	.515 .000 175	.294 .000 175	.657 .000 175	.631 .000 175	.194 .000 175	.411 .000 175	.357 .000 175	.155 .000 175	.624 .000 175	1 .000 175	.588 .000 175	.608 .000 175	.500 .000 175	.465 .000 175	.452 .000 175	.221 .000 175	.587 .000 175	.419 .000 175	.599 .000 175	.546 .000 175	
SCS17	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.378 .000 175	.372 .000 175	.388 .000 175	.583 .000 175	.583 .000 175	.529 .000 175	.532 .000 175	.280 .000 175	.558 .000 175	.640 .000 175	.118 .000 175	.393 .000 175	.326 .000 175	.010 .891 175	.589 .000 175	.588 .000 175	1 .000 175	.628 .000 175	.637 .000 175	.411 .000 175	.573 .000 175	.128 .000 175	.532 .000 175	.457 .000 175	.651 .000 175	.549 .000 175	
SCS18	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.472 .000 175	.425 .000 175	.389 .000 175	.588 .000 175	.576 .000 175	.492 .000 175	.542 .000 175	.302 .000 175	.861 .000 175	.731 .000 175	.171 .000 175	.443 .000 175	.402 .000 175	.031 .680 175	1 .000 175	.624 .000 175	.589 .000 175	.456 .000 175	.503 .000 175	.508 .000 175	.465 .000 175	.211 .000 175	.552 .000 175	.509 .000 175	.572 .000 175	.580 .000 175	
SCS19	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.344 .000 175	.424 .000 175	.406 .000 175	.583 .000 175	.495 .000 175	.612 .000 175	.480 .000 175	.287 .000 175	.543 .000 175	.609 .000 175	.167 .000 175	.336 .000 175	.387 .000 175	-.004 .954 175	.593 .000 175	.500 .000 175	.637 .000 175	.657 .000 175	1 .000 175	.447 .000 175	.546 .000 175	.146 .000 175	.625 .000 175	.513 .000 175	.662 .000 175	.463 .000 175	
SCS20	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.198 .008 175	.190 .048 175	.325 .000 175	.376 .000 175	.334 .000 175	.324 .000 175	.350 .000 175	.281 .000 175	.542 .000 175	.521 .000 175	.160 .000 175	.263 .000 175	.224 .000 175	.080 .000 175	.508 .000 175	.465 .000 175	.411 .000 175	.460 .000 175	.447 .000 175	1 .000 175	.568 .000 175	.215 .000 175	.410 .000 175	.356 .000 175	.419 .000 175	.350 .000 175	
SCS21	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.152 .044 175	.196 .009 175	.192 .011 175	.409 .000 175	.471 .000 175	.432 .000 175	.313 .000 175	.167 .000 175	.527 .000 175	.583 .000 175	.155 .000 175	.174 .000 175	.230 .000 175	.002 .977 175	.465 .000 175	.452 .000 175	.503 .000 175	.490 .000 175	.548 .000 175	.568 .000 175	1 .000 175	.076 .000 175	.429 .000 175	.360 .000 175	.482 .000 175	.396 .000 175	
SCS22	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.298 .000 175	.262 .000 175	.391 .000 175	.195 .010 175	.193 .010 175	.141 .062 175	.152 .044 175	.532 .000 175	.180 .000 175	.204 .000 175	.391 .000 175	.189 .000 175	.180 .000 175	.666 .000 175	.211 .000 175	.221 .000 175	.128 .000 175	.082 .000 175	.146 .000 175	.215 .000 175	.378 .000 175	1 .000 175	.121 .000 175	.101 .000 175	.087 .000 175	.100 .000 175	
SCS23	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.407 .000 175	.430 .000 175	.374 .000 175	.572 .000 175	.508 .000 175	.606 .000 175	.588 .000 175	.216 .000 175	.533 .000 175	.584 .000 175	.171 .000 175	.335 .000 175	.263 .000 175	-.009 .													

**Skala Social Support****Correlations**

	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	SP10	SP11	SP12
SP1 Pearson Correlation	1	,791**	,849**	,819**	,700**	,691**	,645**	,647**	,613**	,672**	,663**	,687**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP2 Pearson Correlation	,791**	1	,793**	,773**	,747**	,652**	,614**	,621**	,594**	,624**	,651**	,530**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP3 Pearson Correlation	,849**	,793**	1	,815**	,728**	,709**	,659**	,689**	,631**	,693**	,682**	,639**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP4 Pearson Correlation	,819**	,773**	,815**	1	,742**	,670**	,652**	,626**	,591**	,729**	,693**	,624**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP5 Pearson Correlation	,700**	,747**	,728**	,742**	1	,681**	,630**	,604**	,612**	,665**	,632**	,594**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP6 Pearson Correlation	,691**	,652**	,709**	,670**	,681**	1	,751**	,764**	,639**	,735**	,765**	,716**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP7 Pearson Correlation	,645**	,614**	,659**	,652**	,630**	,751**	1	,758**	,617**	,765**	,733**	,711**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP8 Pearson Correlation	,647**	,621**	,689**	,626**	,604**	,764**	,758**	1	,670**	,781**	,735**	,687**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP9 Pearson Correlation	,613**	,594**	,631**	,591**	,612**	,639**	,617**	,670**	1	,656**	,613**	,532**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP10 Pearson Correlation	,672**	,624**	,693**	,729**	,665**	,735**	,765**	,781**	,656**	1	,769**	,740**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP11 Pearson Correlation	,663**	,651**	,682**	,693**	,632**	,765**	,733**	,735**	,613**	,769**	1	,786**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
SP12 Pearson Correlation	,687**	,530**	,639**	,624**	,594**	,716**	,711**	,687**	,532**	,740**	,786**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 6 Uji Reliabilitas

### Skala *Compulsive Buying*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,968	25

### Skala Strategi *Coping Stress*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,938	26

### Skala *Social Support*

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,963	12

## Lampiran 7 Hasil Pengisian Skala

Jumlah data responden dalam penelitian ini berjumlah 400 orang. Namun, untuk efisiensi dan kepraktisan dalam penyusunan dokumen skripsi serta mempertimbangkan keterbatasan ruang dan jumlah halaman yang akan dicetak, maka hanya ditampilkan 30 data responden sebagai contoh pada bagian lampiran.

Pemilihan 30 data ini bertujuan untuk memberikan gambaran representatif mengenai bentuk data mentah yang digunakan dalam penelitian. Sementara itu, keseluruhan data lengkap tetap disimpan dalam file terpisah (dalam format Excel) dan dapat diperlihatkan apabila diperlukan untuk keperluan verifikasi atau pemeriksaan lebih lanjut.

### Skala *Compulsive Buying*

C B 1	C B 2	C B 3	C B 4	C B 5	C B 6	C B 7	C B 8	C B 9	C B 10	C B 11	C B 12	C B 13	C B 14	C B 15	C B 16	C B 17	C B 18	C B 19	C B 20	C B 21	C B 22	C B 23	C B 24	C B 25
3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
1	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	4	4	2	4	4	4	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	4	4
2	2	3	1	3	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	3	2	2	1	3	1	3	3	3	3
3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	2	1	1	1	2	3	3	1	1	2	2	2	1	3	3	3	3	2	1	2	3
3	4	2	2	2	1	3	2	1	3	2	1	1	2	3	2	1	2	1	3	2	4	4	4	3
1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	2	1	1	3	1	1	2	2	2
2	3	1	2	3	2	1	1	1	2	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	2
1	2	2	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3
3	4	2	4	4	3	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
2	3	3	4	4	2	2	1	4	1	3	4	1	4	4	4	1	4	4	4	3	2	4	4	1
2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	4	4	3	4	4	2	3	3	3	1	4	4	4	2
2	3	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	3	1	1	2	1	4	4	4	1
2	3	1	4	3	4	2	1	4	2	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	3	4	4	4
3	3	2	3	2	2	4	2	4	2	3	2	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	4	2
2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2
3	4	2	2	2	2	3	1	3	3	1	4	1	1	3	3	1	3	1	2	1	1	3	3	1
2	3	3	1	3	1	1	1	1	3	1	1	4	3	1	3	3	4	2	3	2	4	4	4	2
3	3	1	1	3	1	3	2	1	2	3	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3
3	3	1	1	1	3	2	1	1	1	4	4	2	1	4	4	1	4	1	3	1	1	3	1	1
3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	2	3	3	3	3
2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3
1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	3	3	1	3	1	1	1	1	2	2	2	2
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	1
1	3	1	2	1	2	3	2	3	2	1	3	2	3	3	1	4	1	1	1	2	4	4	3	1
3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	4	1	3	1	2	2	2	3	2	2
2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2
2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	1	4	4	4	2

Data lengkap dari seluruh responden (N = 400) tersedia dalam format digital dan dapat diakses jika diperlukan. <https://bit.ly/3SkoKUc>

### Skala Strategi *Coping Stress*

C S 1	C S 2	C S 3	C S 4	C S 5	C S 6	C S 7	C S 8	C S 9	CS 10	CS 11	CS 12	CS 13	CS 14	CS 15	CS 16	CS 17	CS 18	CS 19	CS 20	CS 21	CS 22	CS 23	CS 24	CS 25	CS 26
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	4	4	4	4	3	3	1	4	3	3	4
3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	1	2	1	2	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	2
2	2	2	3	3	3	4	4	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	2	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	1	3	3	3
2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	1	3	2	1	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
2	2	1	3	3	3	2	4	2	2	1	1	1	1	2	2	3	3	4	4	4	2	1	3	3	2
2	1	3	4	4	4	3	4	3	3	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	2	4	3	3	4	3	2	3	1	4	2	1	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	4	3	1	3	3	3	3	4	2	3	2	3	1	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	1	4	4
4	4	2	4	4	4	4	1	2	2	4	4	1	4	4	4	3	4	4	3	1	1	4	4	4	4
2	1	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	4
1	1	1	4	4	4	3	4	4	4	2	1	3	1	3	3	4	4	4	4	4	2	2	1	4	4
1	3	2	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	1	4	4
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	2	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	1	4	4	4	3	3	1	1	4	4	3	4	4
3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	1	4	4
1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2

Data lengkap dari seluruh responden (N = 400) tersedia dalam format digital dan dapat diakses jika diperlukan. <https://bit.ly/3SkoKUc>

**Skala Social Support**

SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	SP10	SP11	SP12
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4
3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
3	2	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1
3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3
4	4	4	4	3	2	2	2	2	1	3	1
2	4	4	4	1	1	2	1	2	1	1	4
4	4	3	3	3	2	2	3	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	1	2	3	2	3	3	2	3	3	2	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2
3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4
3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4	4

Data lengkap dari seluruh responden (N = 400) tersedia dalam format digital dan dapat diakses jika diperlukan. <https://bit.ly/3SkoKUc>

## Lampiran 8 Data Demografis

### GENDER

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid perempuan	217	54,3	54,3	54,3
laki-laki	183	45,8	45,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

### INSTANSI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid UIN	161	40,3	40,3	40,3
UB	127	31,8	31,8	72,0
UM	112	28,0	28,0	100,0
Total	400	100,0	100,0	

### PROVINSI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid JATIM	80	20,0	20,0	20,0
SUMATERA	83	20,8	20,8	40,8
KALIMANTAN	73	18,3	18,3	59,0
SULAWESI	55	13,8	13,8	72,8
JATENG	37	9,3	9,3	82,0
JABAR	31	7,8	7,8	89,8
JAKARTA	41	10,3	10,3	100,0
Total	400	100,0	100,0	

### SUMBER PENGHASILAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Orang tua	267	66,8	66,8	66,8
kerja part-time	54	13,5	13,5	80,3
beasiswa	79	19,8	19,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

## Lampiran 9 Uji Asumsi

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,87153761
Most Extreme Differences	Absolute	,035
	Positive	,035
	Negative	-,034
Test Statistic		,035
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Strategi Coping Stress	,876	1,141
	Social Support	,876	1,141

- a. Dependent Variable: CB

### Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,081	1,812		11,636	,000
	Strategi Coping Stress	,026	,023	,061	1,141	,255
	Social Support	-,071	,050	-,076	-1,421	,156

- a. Dependent Variable: ABS\_RES

## Lampiran 10 Analisis Deskriptif

### Skor Hipotetik

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Compulsive Buying	400	49	100	80,90	9,353
Strategi Coping Stress	400	35	104	67,24	16,508
Social Support	400	16	48	31,39	7,488
Valid N (listwise)	400				

### Kategorisasi Data

#### Compulsive Buying

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	43	10,8	10,8	10,8
Sedang	152	38,0	38,0	48,8
Tinggi	205	51,2	51,2	100,0
Total	400	100,0	100,0	

#### Strategi Coping Stress

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	138	34,5	34,5	34,5
Sedang	175	43,8	43,8	78,3
Tinggi	87	21,8	21,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

#### Social Support

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	121	30,3	30,3	30,3
Sedang	201	50,2	50,2	80,5
Tinggi	78	19,5	19,5	100,0
Total	400	100,0	100,0	

## Lampiran 11 Uji Hipotesis

### Analisis Regresi Linear Berganda

#### Uji F-simultan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24708,980	2	12354,490	517,977	,000 <sup>b</sup>
	Residual	9469,020	397	23,851		
	Total	34178,000	399			

a. Dependent Variable: Compulsive Buying

b. Predictors: (Constant), Social Support, Strategi Coping Stress

#### Uji T-parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	119,684	1,234		97,025	,000
	Strategi Coping Stress	-,660	,034	-,550	-19,506	,000
	Social Support	-,269	,016	-,483	-17,101	,000

a. Dependent Variable: Compulsive Buying

#### Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,850 <sup>a</sup>	,723	,722	4,884

a. Predictors: (Constant), Social Support, Strategi Coping Stress

b. Dependent Variable: Compulsive Buying

## Lampiran 12 Uji Tambahan

### Report

compulsive buying

Gender	Mean	N	Std. Deviation
Perempuan	85,00	217	4,999
Laki-laki	76,03	183	10,871
Total	80,90	400	9,353

### Report

compulsive buying

Instansi	Mean	N	Std. Deviation
UIN	81,84	127	9,044
UB	80,53	161	9,467
UM	80,53	112	9,491
Total	80,90	400	9,353

### Report

compulsive buying

PROVINSI	Mean	N	Std. Deviation
JATIM	81,70	80	9,326
SUMATERA	80,93	83	9,657
KALIMANTAN	81,23	73	8,590
SULAWESI	81,09	55	9,042
JATENG	78,32	37	10,924
JABAR	78,23	31	11,171
JAKARTA	82,32	41	6,417
Total	80,90	400	9,353

### Report

compulsive buying

sumber pendapatan	Mean	N	Std. Deviation
ORANG TUA	81,82	267	8,895
BEASISWA	84,48	54	5,043
KERJA PART-TIME	71,07	79	10,114
Total	80,90	400	9,353

**Report**

## Strategi Coping Stress

GENDER	Mean	N	Std. Deviation
perempuan	61,11	217	13,902
laki-laki	74,59	183	16,591
Total	67,28	400	16,596

**Report**

## Strategi Coping Stress

INSTANSI	Mean	N	Std. Deviation
UIN	68,26	161	16,898
UB	67,61	127	16,005
UM	65,67	112	17,109
Total	67,28	400	16,596

**Report**

## Strategi Coping Stress

PROVINSI	Mean	N	Std. Deviation
JATIM	71,00	80	14,794
SUMATERA	65,70	83	17,116
KALIMANTAN	66,78	73	16,605
SULAWESI	65,89	55	17,270
JATENG	69,51	37	17,678
JABAR	67,84	31	15,536
JAKARTA	67,32	41	15,837
Total	67,28	400	16,596

**Report**

## Social Support

GENDER	Mean	N	Std. Deviation
perempuan	35,18	217	8,322
laki-laki	28,35	183	5,500
Total	31,47	400	7,718

**Report**

Social Support

INSTANSI	Mean	N	Std. Deviation
UIN	31,65	161	8,284
UB	31,42	112	7,134
UM	31,42	112	7,134
Total	31,47	400	7,718

**Report**

Social Support

PROVINSI	Mean	N	Std. Deviation
JATIM	32,00	80	7,697
SUMATERA	33,00	83	8,567
KALIMANTAN	31,49	73	7,330
SULAWESI	30,45	55	7,838
JATENG	31,65	37	7,990
JABAR	31,49	31	8,249
JAKARTA	30,41	41	6,423
Total	31,47	400	7,718

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tendency to Spend	400	1	4	3,18	,844
Compulsion/Drive to Spend	400	1	4	3,32	,744
Feelings (Joy) About Shopping and Spending	400	1	4	3,50	,654
Dysfunctional Spending	400	1	4	3,28	,795
Post-Purchase Guilt	400	1	4	3,65	,586
Valid N (listwise)	400				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Problem_Coping	400	2	4	3,05	,517
Emotion_Coping	400	2	4	3,31	,580
Valid N (listwise)	400				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Family Support	400	2	4	3,07	,669
Friend Support	400	1	4	3,06	,680
Significant other Support	400	1	4	2,98	,689
Valid N (listwise)	400				