

Impulsive Buying Dan Hoarding Pada Mahasiswa

Qonitatul Maghfiroh¹, Retno Mangestuti²

Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia
mangestuti@uin-malang

Abstract: *The phenomenon of impulsive buying and hoarding among university students are two aspects of consumer behavior that significantly affect individuals' financial and psychological well-being. This study aims to explore the correlation between these two behaviors among college students. The research sample consisted of 97 college students who underwent a survey using two instruments, namely the Impulsive Buying Scale (IBS) and the Saving Inventory-Revised (SI-R) to measure the level of hoarding tendencies. The results of this study surprisingly showed no significant relationship between impulsive buying behavior and hoarding tendencies experienced by college students. These findings provide a deeper understanding of the diversity of consumer behavior among college students and emphasize the need for an individualized approach to addressing consumer behavior issues.*

Keywords: *hoarding, impulsive buying, student*

1. PENDAHULUAN

Semenjak terjadinya pandemi, dilakukan pembatasan kegiatan di berbagai tempat untuk mencegah penularan virus, masyarakat pun lebih banyak menghabiskan waktu di rumah dan menghindari interaksi sosial. Sering melakukan kegiatan di dalam rumah, membuat masyarakat kerap kali melakukan pembelian barang dengan dalih memenuhi kebutuhan. Namun barang-barang tersebut teronggok begitu saja, tak terpakai, dan mulai menggenung di beberapa tempat, khususnya di area yang menjadi tempat sang pemilik melakukan kegiatan sehari-hari. Menimbun atau menumpuk barang yang tidak memiliki nilai guna dan nilai fungsi bagi pemiliknya, merupakan salah satu bentuk perilaku negatif yang dapat dikatakan sebagai gangguan yang disebut *hoarding disorder* (Nurilmi, 2021).

Hoarding merupakan perilaku negatif yang mana akan berlanjut menjadi *disorder* atau gangguan jika tingkatnya semakin parah. Seseorang yang memiliki gangguan mengumpulkan benda, hewan, ataupun sampah secara kompulsif dapat memengaruhi kualitas hubungan, kesehatan, dan kesejahteraan mereka secara keseluruhan. Saat ini, dipercaya bahwa

penimbunan kompulsif dapat mempengaruhi 1 dari 50 orang, tetapi berdampak pada 1 dari 20 orang. Hal tersebut selaras dengan pendapat dari *National Alliance on Mental Illness (NAMI)* atau Aliansi Nasional Penyakit Mental Massachusetts, bahwa sebanyak 5 persen populasi di dunia menunjukkan gejala klinis berupa diagnosa terhadap *hoarding* (Village, 2020).

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

Fenomena *hoarding* terjadi di semua belahan dunia, tak terkecuali di Indonesia. Mulai dari sekadar perilaku, hingga menjelma menjadi gangguan pada individu. Pada sesi wawancara, beberapa subyek mengatakan seringkali melakukan pembelian barang dikarenakan faktor promosi penjualan yang dilakukan oleh pihak produsen yang menyebabkan subjek tidak berpikir panjang untuk melakukan pembelian. Berawal

dari kebiasaan membeli sesuatu secara spontan dikarenakan keinginan subyek, akhirnya timbul perilaku *hoarding*, dikarenakan banyaknya barang yang tidak diperlukan namun dimiliki oleh subyek.

Subyek pun merasa barang tersebut terlalu sayang untuk dibuang, yang akhirnya membuat subyek kerap menumpuk dan menyimpan barang tersebut, tanpa menggunakannya. Seseorang yang memiliki perilaku *hoarding* biasanya memiliki banyak benda secara berlebihan daripada umumnya.

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

Dari uraian tersebut, diketahui kebiasaan membeli barang secara spontan dan tak terencana, dapat memengaruhi seseorang untuk memiliki kebiasaan menimbun barang, ataupun menaikkan intensitas seseorang atas kebiasaan tersebut yang mana telah diketahui dampak negatif dari adanya kebiasaan menimbun baik dalam skala kecil maupun skala besar.

Hoarding (menimbun) merupakan bentuk perilaku yang bermasalah, dimana individu secara aktif memperoleh sejumlah besar barang (dan atau hewan, pada beberapa kasus tertentu), tidak membuang ataupun menggunakannya, dan memutuskan untuk menyimpannya dengan sedemikian rupa, sehingga hal tersebut dapat mengganggu kehidupan sehari-hari mereka Frost & Steketee (Frost, Steketee, & Williams, 2002). Steketee (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015) menuturkan mengenai pengertian *hoarding*, yaitu merupakan seseorang yang memiliki kesulitan dengan kriteria sebagai berikut:

- (1) Dorongan untuk memperoleh barang tertentu, serta kesulitan untuk membuang barang tertentu;

- (2) Ruangan yang digunakan sehari-hari dipenuhi oleh banyak benda, sehingga penggunaan ruang menjadi terbatas;
- (3) Terdapat distress terkait yang signifikan, dan atau gangguan fungsional. Dia tidak harus mengalami kedua hal tersebut.

Hoarding (menimbun) sekarang mulai diakui sebagai salah satu kesulitan dalam kesehatan mental manusia yang memiliki dampak besar pada kemampuan seseorang dalam melakukan kegiatan sehari-hari, serta juga dapat menyebabkan kesulitan bagi orang lain yang tinggal bersama, atau bekerja dengan seseorang yang memiliki perilaku *hoarding* (menimbun) (Holmes, Whomsley, & Kellett, 2015).

Pemahaman mengenai salah satu aspek *hoarding*, yaitu *excessive acquisition* selaras dengan beberapa komponen atau dimensi *impulsive buying* menurut Coley & Burgess (2003), salah satunya yaitu dimensi afeksi *irresistible urge to buy*, yaitu merupakan keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan.

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

Pembelian impulsif menurut Utami (Lumintang, 2012) adalah suatu bentuk pembelian yang terjadi ketika calon konsumen melihat suatu produk baik barang dan jasa, merek atau *brand* tertentu, dan kemudian memutuskan untuk membeli produk tersebut dikarenakan stimulus yang diperoleh dari toko tersebut. Jika direlevansi dengan kondisi masa kini, pembelian impulsif juga dapat terjadi pada toko *online* dengan cara yang sama. Pembelian impulsif terjadi ketika konsumen mengalami suatu

kejadian spontan, mendadak, tak direncanakan, yang akhirnya menimbulkan motivasi dan dorongan kepada konsumen agar melakukan pembelian terhadap suatu produk yang dilihatnya. Rook (Mittal, Chawla, & Sondhi, 2016) berpendapat bahwa proses perilaku pembelian impulsif disebabkan oleh dorongan yang sifatnya tiba-tiba, bersifat kuat, serta terus-menerus dengan tujuan agar konsumen dapat membeli sesuatu dengan segera, atau saat itu juga.

Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai *hoarding* dan *impulsive buying* terdapat keterkaitan antara salah satu aspek *hoarding* dengan komponen dari *impulsive buying*. Salah satu aspek dari perilaku *hoarding* yaitu *excessive acquisition* yang memiliki arti memiliki banyak barang. Seseorang yang memiliki perilaku *hoarding* biasanya memiliki banyak benda, dalam artian memperoleh objek secara berlebihan daripada umumnya, yaitu:

- (1) Membeli barang tidak berdasar kebutuhan;
- (2) Melakukan pembelian barang lebih banyak dari yang sewajarnya;
- (3) Menyimpan banyak barang yang didapatkan secara gratis yang sudah tidak memiliki nilai guna.

Pemahaman mengenai salah satu aspek *hoarding*, yaitu *excessive acquisition* selaras dengan beberapa komponen atau dimensi *impulsive buying* menurut Coley & Burgess (2003), salah satunya yaitu dimensi afeksi *irresistible urge to buy*, yaitu merupakan keinginan untuk membeli yang tidak bisa ditahan. Hal tersebut berhubungan dengan dua poin pada aspek *excessive acquisition* pada perilaku *hoarding*, yaitu poin (1) dan poin (2). Pembelian impulsif yang disebabkan oleh keinginan untuk membeli yang tidak dapat ditahan, dapat berupa membeli barang yang tidak berdasar kebutuhan, maupun membeli barang dengan jumlah lebih banyak.

Membeli sesuatu tanpa perencanaan, menyebabkan barang yang dibeli hanya akan diletakkan begitu saja, tanpa digunakan, karena memang tujuan pembelian bukan berdasarkan kegunaan, tapi berdasarkan keinginan semata.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian Shoham, Gavish, & Akron (2017) bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara penimbunan dan perilaku konsumen impulsif dan kompulsif. Pada penelitian yang dilakukan oleh Frost (1998) terdapat hubungan yang positif antara pembelian dan penimbunan kompulsif. Hal itu kemudian menjelaskan bahwa ada hubungan yang positif antara materialisme dan menimbun yang kemudian memberikan pemahaman bahwa penimbun terikat secara emosional dengan harta benda yang mereka miliki (Shoham, Gavish, & Akron, 2017).

Hadirnya perasaan aman dan nyaman secara emosional dapat diartikan menjadi rasa bahagia ketika seorang penimbun memperoleh atau mengumpulkan suatu barang atau benda (Shoham, Gavish, & Akron, 2017).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh antara perilaku *impulsive buying* terhadap kebiasaan *hoarding* (menimbun) pada diri mahasiswa. Penelitian ini dilakukan untuk menguji sebuah hipotesis, yaitu ada atau tidaknya pengaruh *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa.

2. METODE

Partisipan dan Desain

Penelitian ini melibatkan 97 responden, yang dalam hal ini memiliki kriteria sebagai seorang mahasiswa di suatu perguruan tinggi. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Prosedur dan Pengukuran

Alat Ukur yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua skala psikologi, yaitu:

- 1) Skala *impulsive buying* yang disusun oleh Coley & Burgess (2003). Skala ini terdiri atas lima indikator dari *impulsive buying* yaitu *irresistible urge to buy*, *positive buying emotions*, *mood*

management, cognitive deliberation, dan unplanned buying. Skala *impulsive buying* berjumlah 14 aitem dengan nilai reliabilitas sebesar $\alpha = 0,368$. Contoh aitem dalam skala ini “Saya selalu membeli suatu barang/benda jika saya benar-benar menyukainya”.

- 2) Sedangkan skala *hoarding* menggunakan *saving inventory-revised (SI-R)* yang berpedoman pada Frost, Steketee, & Grisham (2004). Skala ini terdiri dari 3 aspek dari variabel *hoarding* yaitu, *excessive clutter, difficulty discarding, dan excessive acquisition*. Skala tersebut berjumlah 23 aitem dengan nilai reliabilitas sebesar $\alpha = 0,851$. Contoh aitem dalam skala ini “Sejauh mana kamu mengalami kesulitan dalam membuang suatu barang/benda”. Dari skala tersebut pernyataan dinilai berdasarkan respon dari subjek penelitian dengan menggunakan skala likert empat tingkat yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS).

3. HASIL

Berdasarkan data dari hasil penelitian diketahui bahwa hasil analisis pada uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai F hitung sebesar 3.615 dengan signifikansi sebesar 0.06 ($P > 0.05$) yang dapat diartikan bahwa tidak terdapat kontribusi yang signifikan antara *impulsive buying* terhadap *hoarding*. R square senilai 0.037, nilai tersebut memiliki arti bahwa pengaruh *impulsive buying* terhadap *hoarding* sebesar 3.7%, yaitu nilai kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang terbilang kecil. Sedangkan 96.4% dipengaruhi oleh variabel lain, di luar dari variabel *impulsive buying*.

Rincian lebih lanjut dari uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
26.227	10.761		2.442	.016
.521	.274	.191	1.901	.060

4. DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh *impulsive buying* terhadap *hoarding*. Berdasarkan uji regresi linear sederhana diperoleh hasil bahwa *impulsive buying* tidak berpengaruh terhadap *hoarding*. Penjelasan mengenai kemungkinan tidak adanya pengaruh antara *impulsive buying* terhadap *hoarding*, yaitu bahwa *hoarding* dapat terjadi akibat *impulsive buying* yang dilakukan berulang-ulang atau disebut dengan *compulsive buying*.

Hoarding yang memiliki makna menimbun, atau makna luasnya, menyimpan suatu barang secara berlebihan, dalam hal ini termasuk barang-barang yang sudah tidak memiliki nilai guna, atau barang yang sudah tidak dipakai atau tidak diperlukan kembali. Sedangkan *compulsive buying* atau pembelian kompulsif adalah perilaku pembelian yang tidak terkendali, sangat menyusahakan diri sendiri, menghabiskan banyak waktu, serta dapat mengakibatkan kesulitan seseorang pada kehidupan sosial dan keuangan individu (McElroy, Phillips, & Keck, 1994).

Pembeli kompulsif mengalami dorongan untuk melakukan pembelian sebagai upaya untuk menetralkan rasa cemas dan ketidaknyamanan yang dialami oleh seseorang (Frost, et al., 1998).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Frost (1998) didapatkan temuan bahwa hipotesis mengenai hubungan penimbunan kompulsif dengan pembelian kompulsif dikatakan signifikan, dengan sampel penelitian mahasiswa berjenis kelamin perempuan. Skala pembelian kompulsif juga berkorelasi secara signifikan dan positif dengan skala penimbunan.

Temuan dari 2 studi ini pun menunjukkan bahwa penimbunan dan pembelian kompulsif terkait erat dengan kekhawatiran mengenai gangguan kontrol atas aktivitas mental individu. *Impulsive buying* atau pembelian impulsif merupakan pola perilaku konsumen dalam bentuk pembelian suatu barang atau benda secara spontan, tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Sedangkan *compulsive buying* atau pembelian kompulsif merupakan suatu kondisi dimana

seseorang melakukan pembelian berulang dikarenakan adanya peristiwa tak menyenangkan ataupun perasaan negatif Faber dan O'Guinn (Sari, 2016).

Kesamaan dari *impulsive buying* dan *compulsive buying* adalah merupakan pola perilaku konsumen dalam hal pembelian, namun perbedaan dari kedua istilah tersebut berada pada karakteristiknya. *Impulsive buying* merupakan pola perilaku konsumen yang melakukan pembelian secara spontan, sedangkan *compulsive buying* merupakan pola perilaku konsumen yang melakukan pembelian secara berulang.

Impulsive buying merupakan perilaku yang dapat menjadi kebiasaan jika dilakukan berulang-ulang, sedang *compulsive buying* merupakan perilaku yang jika dilakukan berulang-ulang dapat berkembang menjadi *disorder* atau gangguan yang mengarah pada kesehatan mental. *Hoarding* dan *compulsive buying* memiliki kesamaan pada pola perilaku yang dapat berkembang menjadi sebuah gangguan yang membahayakan jiwa individu jika dibiarkan dan tidak segera ditindaklanjuti.

Sedangkan *impulsive buying* merupakan perilaku yang masih dapat diredam agar tidak menjadi parah, atau mengganggu kehidupan sehari-hari individu.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *impulsive buying* terhadap *hoarding* pada mahasiswa. Dengan begitu, perilaku *impulsive buying* tidak berpengaruh terhadap perilaku *hoarding* pada mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Frost, R. O., & Gross, R. C. (1993). *The Hoarding of Possessions. Behaviour Research and Therapy*, 367-381. [https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0005-7967\(93\)90094-B](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0005-7967(93)90094-B)
- [2] Frost, R. O., & Steketee, G. (2014). *The Oxford Handbook of Hoarding and Acquiring*. New York: Oxford University Press.
- [3] Frost, R. O., Kim, H.-J., Morris, C., Bloss, C., Murray-Close, M., & Steketee, G. (1998). *Hoarding, Compulsive Buying and Reason for Saving. Behaviour Research and Therapy*, 657-664. [https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/S0005-7967\(98\)00056-4](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/S0005-7967(98)00056-4)
- [4] Frost, R. O., Steketee, G., & Grisham, J. (2004). *Measurement of Compulsive Hoarding: Saving Inventory-Revised. Behaviour Research and Therapy*, 1163-1182. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2003.07.006>
- [5] Frost, R. O., Steketee, G., & Williams, L. (2000). *Hoarding: A Community Health Problem. Health & Social Care in The Community*, 229-234. <http://dx.doi.org/10.1046/j.1365-2524.2000.00245.x>
- [6] Holmes, S., Whomsley, S., & Kellett, S. (2015). *A Psychological Perspective on Hoarding*. United Kingdom: The British Psychological Society.
- [7] Hombali, A., Sagayadevan, V., Tan, W. M., Chong, R., Yip, H. W., Vaingankar, J., Subramaniam, M. (2019). *A Narrative Synthesis of Possible Causes and Risk Factors of Hoarding Behaviours. Asian Journal of Psychiatry*, 104-114. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2019.04.001>
- [8] Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., . . . Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Diwina.
- [9] Lumintang, F. F. (2012). *Pengaruh Hedonic Motives Terhadap Impulse Buying Melalui Browsing dan Shopping Lifestyle pada Online Shop. JUMMA*, 1-7. <http://journal.wima.ac.id/index.php/JUMMA/article/view/299>

- [10] McElroy, S. L., Phillips, K. A., & Keck, P. E. (1994). *Obsessive Compulsive Spectrum Disorder*. *Journal of Clinical Psychiatry*, 33-51. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/070674370905400507>
- [11] Mittal, S., Chawla, D., & Sondhi, N. (2016). *Impulse Buying Tendencies Among Indian Consumers: Scale Development and Validation*. *Journal of Indian Business research*, 205-226. <http://dx.doi.org/10.1108/JIBR-09-2015-0101>
- [12] Nurilmi, M. (2021, September). *Psikologi Klinis*. Retrieved from IndoPositive: <https://www.indopositive.org/2021/09/hoarding-disorder-fenomena-menimbun.html?m=1>
- [13] Sari, R. K. (2016). *Kecenderungan Perilaku Compulsive Buying pada Masa Remaja Akhir di Samarinda*. *Psikoborneo*, 1-9. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3923>
- [14] Shoham, A., Gavish, Y., & Akron, S. (2017). *Hoarding and Frugality Tendencies and Their Impact on Consumers Behaviors*. *Journal of International Consumer Marketing*, 1-15. <http://dx.doi.org/10.1080/08961530.2017.1310646>
- [15] Tolin, D. F., Frost, R. O., & Steketee, G. (2010). *A Brief Interview for Assessing Compulsive Hoarding: The Hoarding Rating-Scale Interview*. *Psychiatry Research*, 147-152. <http://dx.doi.org/10.1016/j.psychres.2009.05.001>
- [16] Village, T. R. (2020, September 9). *Hoarding Statistics*. Retrieved from The Recovery Village: <https://www.therecoveryvillage.com/mental-health/hoarding/related/hoarding-statistics>