

Hubungan antara Sikap Terhadap Uang dan Pembelian Kompulsif pada Wanita Karir di Surabaya

Emanuel Supriono

Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya

*Theda Renanita*¹*

Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya

Abstract. *This study is aimed to understand the relationship between each dimension of attitude towards money (power-prestige; retention-time; distrust; and anxiety) and compulsive buying in working women in Surabaya. Normality test was conducted using the method of Kolmogorov-Smirnov with the significance cut-off point higher than 0.05 (Riduwan, 2012). This research used correlational design of analysis. The research involved 183 working women as respondents, who worked at X Foundation, X Community, and X University Surabaya. The samples were acquired using the incidental sampling method. The instrumentations included the scale of attitude towards money which was adapted from Yamauchi and Templer (1982) and the modified scale of compulsive buying which was adapted from Faber and O'Guinn (1992). Result shows that there is positive correlation between the power-prestige; distrust; and anxiety dimension with compulsive buying ($r = 0.565$; $r = 0.521$; $r = 0.581$; $p = .000$). The correlation analysis also shows that there is negative correlation between the retention-time dimension and compulsive buying ($r = -0.316$; $p = 0.000$).*

Keywords: *attitude towards money, compulsive buying, working women*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan dari setiap dimensi sikap terhadap uang (power-prestige, retention-time, distrust, dan anxiety) dan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Uji normalitas yang digunakan adalah Kolmogorov-smirnov dengan syarat $p > 0,05$ (Riduwan, 2012). Penelitian ini menggunakan desain korelasional. Subjek merupakan wanita karir di Yayasan X Surabaya, Komunitas X di Surabaya, dan Universitas X di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan incidental sampling. Subjek penelitian ini berjumlah 183 orang. Alat ukur yang akan digunakan merupakan skala sikap terhadap uang dengan mengadaptasi dari Yamauchi dan Templer (1982) sedangkan skala pembelian kompulsif modifikasi dari skala Faber dan O'Guinn (1992). Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan positif antara dimensi power-prestige, distrust, anxiety dan pembelian kompulsif ($r = 0.565$; $r = 0.521$; $r = 0.581$; $p = 0.000$). Hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan negatif antara dimensi retention-time dan pembelian kompulsif $r = -0.316$; $p = 0.000$).*

Kata kunci: *pembelian kompulsif, sikap terhadap uang, wanita karir*

¹ **Korespondensi:** Theda Renanita. Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya, UC Town, Citraland, Surabaya, 60219. Email: theda.renanita@ciputra.ac.id.

Badan Pusat Statistik (BPS) (2014) memaparkan bahwa kota Surabaya memiliki penduduk yang aktif secara ekonomi sebanyak 1.281.403 jiwa. Jumlah ini meliputi 812.463 laki-laki sedangkan jumlah wanita karir sebesar 468.940 jiwa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat angkatan kerja aktif pada laki-laki sebanyak 78.7% dan pada wanita sebanyak 43.28%. Dari pemaparan data BPS dapat disimpulkan bahwa wanita memiliki kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi dengan persentase setengah dari tingkat angkatan kerja aktif laki-laki.

Santrock (2006) mengatakan bahwa wanita karir memiliki tahapan perkembangan pada fase dewasa madya yang memiliki rentang usia 21 hingga 50 tahun. Tahapan dewasa madya merupakan tahapan dimana pencapaian dan kedudukan menjadi aspek yang sangat penting dalam suatu pekerjaan. Jika pencapaian akan kedudukan tidak terpenuhi maka wanita akan rentan mengalami *stress* (Santrock, 2006).

Semakin berkembangnya pertumbuhan wanita karir menunjukkan bahwa wanita juga turut berpartisipasi dalam peningkatan penghasilan baik dalam keluarga maupun negara. Hal ini dapat diartikan bahwa seorang wanita mampu mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang selalu meningkat (Suyatno, Chalik, Sukada, Ananda, & Marala, 2007). Hal serupa juga disampaikan oleh Setyowati, Damayanti, Subagyo, Badrudin, Suryawati, Algifari, Subiyakto, Fatmawati & Purnamawati (2003) yang menyatakan bahwa ada dua istilah yang sangat erat hubungannya dengan manusia yaitu kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*). Hal tersebutlah yang membuat manusia membutuhkan bantuan untuk memenuhi keinginan yang selalu meningkat dan jika tidak terkontrol maka akan terjadi pemenuhan secara berulang-ulang. Pemenuhan secara berulang-ulang yang akan berujung pada pembelian kompulsif.

Mueller, Mitchell, Silbermann, Burgard & Zwaan (dalam Phau & Woo, 2008) mengartikan pembelian kompulsif sebagai kegiatan yang berulang-ulang yang menyenangkan karena adanya untuk mereduksi perasaan negatif dari mengalami yang tidak menyenangkan. Dittmar, Long & Bond (2007) pembelian kompulsif adalah kegiatan belanja secara berulang dan tidak terkontrol.

Menurut Lee & Workman (2015), tindakan pembelian kompulsif tidak semata-mata hanya membeli barang dan *brand* yang sama, melainkan membeli barang baru secara terus menerus yang menurut mereka barang tersebut mewakili selera dan mode mereka. Sacramento & Flight (dalam Lee & Workman, 2015) mengatakan bahwa pembeli yang kompulsif akan lebih suka membeli barang-barang yang mereka rasa mampu menggambarkan diri ideal mereka. Biasanya barang-barang yang sering dibeli oleh pembeli kompulsif adalah sepatu, tas, aksesoris, dan kosmetik (Lee & Workman, 2015).

Sebelum perilaku membeli itu terjadi maka setiap individu akan memikirkan uang yang mereka miliki dan apa yang akan mereka lakukan dengan uang tersebut. Pola pikir yang dilakukan oleh individu tersebut merupakan bentuk sikap, sikap tersebutlah yang dinamakan sikap terhadap uang. Hal serupa dengan apa yang dikemukakan oleh Simmel (dalam Taneja, 2012) bahwa sikap tidak hanya dapat dilihat dari tindakan namun juga dapat dilihat dari pola berpikir individu. masing-masing individu memiliki pandangan yang berbeda mengenai uang yang mereka miliki. Sedangkan menurut Furnhan & Argyle (1998) ada beberapa golongan yang memiliki pandangan bahwa uang memiliki nilai yang suci, ditakuti, dihormati dan bahkan dipuja. Hal tersebut mendorong beberapa ahli untuk melakukan sebuah penelitian untuk mempelajari dinamika psikologi uang. Dari penelitian tersebutlah muncul teori kepercayaan

terhadap uang (Klonzt, 2011), teori etika terhadap uang (Tang, 1992), sikap terhadap uang (Yamauchi, 1982). Hasil ini selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Yamauchi dan Templer (Phau & Woo, 2008) bahwa ada 4 dimensi sikap individu terhadap uang yaitu (1) *power-prestige* (2) *retention-time* (3) *distrust* dan (4) *anxiety*.

Dimensi *power-prestige*, Dimensi ini berawal dari adanya sikap saling berkompetisi dengan orang-orang yang ada disekitarnya karena sang individu memiliki rasa gengsi sehingga untuk menutupi rasa gengsi yang mereka miliki mereka menggunakan uang yang dimiliki untuk berbelanja. Rasa gengsi tersebut muncul secara berulang-ulang sehingga ini menyebabkan pembelian yang berulang pula dan berujung pada pembelian kompulsif. Hal ini sejalan dengan penelitian Mitchell, Darkin, Mickel, & Gray (dalam Taneja, 2012) bahwa uang mampu menjadi sumber rasa bangga dan mendapatkan status sosial. Sehingga dengan uang yang dimiliki individu akan melakukan pembelian barang-barang yang akan ditunjukkan kepada orang-orang sekitarnya. Dengan demikian peneliti memiliki dugaan jika rasa ingin berkompetisi ini muncul secara berulang-ulang, sehingga menyebabkan tindakan belanja yang berulang-ulang pula untuk memenuhinya. Hal tersebutlah yang akan memicu terjadinya pembelian kompulsif.

Dimensi *retention-time* berbicara tentang bagaimana individu mampu merancang dan mengatur keuangannya untuk kehidupan dimasa depan. Individu yang memiliki skor dimensi *retention-time* yang tinggi seharusnya individu tersebut memiliki daftar keuangan dan suka menabung (Bonsu, 2008). Bonsu (2008) juga mengatakan beberapa individu memiliki perencanaan yang *detail* dalam mengambil keputusan untuk berbelanja dalam mempersiapkan keuangan di masa depan. Dalam hal ini dapat dikatakan jika individu yang memiliki perencanaan

keuangan yang rendah akan lebih mudah melakukan pembelian kompulsif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanley & Wilhelm's (dalam Phau & Woo, 2008) bahwa pada umumnya pembeli kompulsif memiliki perencanaan dan pengaturan uang untuk masa depan yang rendah. Dari hal tersebut peneliti menduga bahwa mereka yang tidak memiliki perencanaan keuangan masa depan yang kuat maka akan lebih mudah menggunakan uangnya untuk melakukan pembelian kompulsif.

Dimensi *distrust* berbicara tentang keraguan individu saat membeli dan membayar barang yang sudah dibelinya. Hal tersebut selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Lejoyeux, Richoux Benhaim, Betizeau, Lequen, & Lohnhardt (2011) bahwa individu sering mengalami keraguan ketika harus membayar barang yang sudah dibelinya. Hal ini terjadi karena individu merasa kecewa dan tidak puas dengan barang yang sudah dibelinya (Lejoyeux *et al.*, 2011). Hal ini membuat peneliti menduga bahwa ketika individu merasa tidak puas dengan barang yang dibelinya maka individu tersebut akan membeli barang lain untuk memenuhi rasa puasnya. Tindakan inilah yang akan menyebabkan pembelian secara berulang-ulang dan yang akan menyebabkan pembelian kompulsif.

Dimensi *anxiety* berbicara tentang kecemasan individu terhadap ketidakcukupan uang yang dimilikinya (Durvasula & Lysonski, 2010). Salah satu cara mereduksi stres, mengurangi stres dan menyenangkan diri yang dialami individu adalah dengan berbelanja (Robert & Jones, 2001). Hasil penelitian oleh Robert & Jones (2001) menyatakan bahwa meskipun mengalami kecemasan terhadap uang yang dimilikinya, individu malah memiliki kecenderungan untuk menghabiskan ketidakcukupan uang yang dimilikinya. Sedangkan menurut Valence (dalam Phau & Woo, 2008) menyatakan bahwa

kecemasan akan memunculkan tindakan yang spontan guna untuk mengurangi ketegangan yang dialami individu. Robert & Jones (2001) menyatakan bahwa meskipun mengalami kecemasan terhadap ketidakcukupan uang yang dimilikinya, malah membuat individu untuk menghabiskan uang yang dimilikinya. Dari pemaparan diatas peneliti menduga bahwa ketika individu memiliki ketidakcukupan uang yang dimilikinya maka ia ingin memanfaatkan uang yang dia miliki untuk membeli barang yang dia inginkan demi mereduksi kecemasan yang dia miliki. Hal tersebutlah yang akan berujung pada pembelian kompulsif. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan antara semua dimensi sikap terhadap uang (*power-prestige, retention-time, distrust, anxiety*) dan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Faber & O'Guinn (dalam Lee & Workman, 2015) menunjukkan hasil bahwa pembelian kompulsif tidak hanya semata-mata merupakan sebuah ketertarikan pada kualitas suatu barang namun terkadang mereka membeli tidak didasari dengan rasa ingin akan barang tersebut melainkan karena adanya tekanan dari luar diri individu dan ketika mereka selesai berbelanja mereka cenderung merasa lebih tenang. Sedangkan penelitian yang dilakukan di Australia oleh Phau & Woo (2008) mendapatkan hasil bahwa ada hubungan antara pembelian kompulsif dengan peran sikap terhadap uang. Penelitian yang dilakukan oleh Roberts & Cesar (1999) juga menunjukan hasil bahwa adanya pengaruh sikap terhadap uang dengan pembelian kompulsif. Namun dalam penelitian ini ada salah satu dimensi yang tidak berpengaruh secara signifikan yaitu dimensi *distrust*.

Dari beberapa penjelasan yang telah dipaparkan, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul hubungan antara sikap terhadap uang dan pembelian

kompulsif. Penelitian serupa sudah pernah dilakukan Chang & Arki; Hanley & Wilhelm (dalam Phau & Woo, 2008) yang mengutarakan bahwa individu yang melakukan tindakan pembelian kompulsif memiliki harga diri yang rendah dibandingkan dengan pembeli yang tidak kompulsif. Hal itu bisa terjadi karena mereka merasa yakin bahwa uang yang dimilikinya mampu meningkatkan harga diri yang mereka miliki. Penelitian yang dilakukan oleh Robert & Jones (2001) mendapatkan hasil bahwa ada korelasi langsung antara pembelian kompulsif dengan kepemilikan uang.

Ada beberapa hal yang membedakan dengan penelitian ini yaitu berbeda dari teknik pengambilan sampel dan metode analisis data yang digunakan serta sampel dalam penelitian ini yaitu wanita karir di Surabaya. Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan karena penelitian sebelumnya tidak ada yang menjelaskan mengenai kehidupan wanita karir dalam segi keputusan dalam membeli barang atau berbelanja. Selain itu penelitian ini juga ingin menguji kembali bahwa ada hubungan yang signifikan antara semua dimensi sikap terhadap uang dengan pembelian kompulsif.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara semua dimensi sikap terhadap uang (*power-prestige, retention-time, distrust, anxiety*) dan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya.

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini berkontribusi dalam bidang keilmuan psikologi konsumen dan ekonomi mengenai hubungan antara sikap terhadap uang dengan pembelian kompulsif.
2. Memberikan wawasan baru bagi wanita karir tentang pengaruh sikap terhadap uang supaya lebih mampu mengatur

keuangan dan terhindar dari perilaku pembelian kompulsif.

3. Memberikan bahan acuan bagi konsultan *Financial Planning* untuk memberikan masukan kepada wanita khususnya wanita karir mengenai perencanaan uang yang lebih efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini juga menggunakan uji korelasi guna mengetahui korelasi pembelian kompulsif. Variabel dalam penelitian ini adalah sikap terhadap uang (variabel independen) dan pembelian kompulsif (variabel dependen).

Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini melakukan uji coba tahap awal dengan melakukan uji bahasa. Uji bahasa ini dilakukan pada 10 wanita karir untuk mengetahui apakah subjek memahami pernyataan-pernyataan yang terpapar dalam alat ukur yang akan digunakan. Sedangkan untuk mengetahui aitem mana yang valid akan menggunakan

Sampel dan Populasi

Subjek wanita karir yang dimaksud adalah wanita karir yang bertempat tinggal di Surabaya. Jumlah subjek yang diteliti sebanyak 183 subjek. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *incidental sampling* (Sugiyono, 2013).

Analisis Data

Teknik Pengambilan Data

Metode pengumpulan data menggunakan skala sikap terhadap uang yang diadaptasi dari Yamauchi dan Templer (1982) yang terdiri dari 27 aitem yang mengukur dimensi *power-prestige*, *retention-time*, *distrust* dan *anxiety*. Serta menggunakan skala pembelian kompulsif yang diadaptasi dari Faber & O'guinn (1992). Reliabilitas skala ini adalah 0.857. Skala pembelian kompulsif

ini terdiri dari 7 aitem.

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya data yang dianalisis, sehingga dapat digunakan untuk menganalisa hipotesis penelitian (Sugiyono, 2013). Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-smirnov* dengan syarat $p > 0,05$ (Riduwan, 2012). Analisis antar aitem dengan menggunakan *Pearson Product Moment* melalui bantuan SPSS. Aitem dapat dikatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi antar aitem $r > 0.3$ dan nilai $p < 0.5$ (Azwar, 2014). Selain menguji validitas hal yang dilakukan peneliti adalah uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbrach* dengan bantuan SPSS untuk menguji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas pada skala sikap terhadap uang menunjukkan hasil dimensi *Power-prestige* dengan $\alpha = 0.916$, *Retention-time* dengan $\alpha = 0.896$, *Distrust* dengan $\alpha = 0.881$, dan *Anxiety* memiliki nilai $\alpha = 0.839$. Sedangkan pada skala pembelian kompulsif didapatkan hasil $\alpha = 0.906$. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa skala sikap terhadap uang dan pembelian kompulsif reliabel karena memiliki nilai $\alpha > 0.7$ (Azwar, 2014)

Sebelum peneliti melakukan uji hipotesis peneliti melakukan uji asumsi. Uji asumsi yang digunakan adalah uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-smirnov* dengan syarat $p > 0,05$ (Riduwan, 2012). Hasil dari uji normalitas menunjukkan angka bahwa ($p = 0.000$) dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.136 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi tidak normal karena nilai koefisien ($p < 0.05$).

HASIL

Dari hasil dari uji normalitas menunjukkan angka bahwa ($p = 0.000$) dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.136 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi tidak normal karena nilai

koefisien ($p < 0.05$).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan secara nonparametrik dengan menggunakan uji *bivariat*. Uji korelasi ini dilakukan karena dalam penelitian memiliki 4 dimensi yang akan dikorelasikan dengan pembelian kompulsif. Berikut hasil uji hipotesis:

H1 : Ada hubungan positif antara dimensi *power-prestige* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Hasil korelasi menunjukkan ($r = 0.565$; $p = 0.000$).

H2 : Ada hubungan negatif antara dimensi *retention-time* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Hasil korelasi menunjukkan ($r = -0.316$; $p = 0.000$).

H3 : Ada hubungan positif antara dimensi *distrust* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Hasil korelasi menunjukkan ($r = 0.521$; $p = 0.000$).

H4 : Ada hubungan positif antara dimensi *anxiety* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Hasil korelasi menunjukkan ($r = 0.581$; $p = 0.000$).

DISKUSI

Uji korelasi antara dimensi *power-prestige* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya yang dilakukan setelah peneliti memperoleh data keseluruhan dari sampel yang telah ditentukan. Hasil uji korelasi menunjukkan $r = 0.565$ dan $p = 0.000$. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara dimensi *power-prestige* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.

Phau & Woo (2008) mengatakan bahwa dimensi menunjukkan adanya sikap

kompetisi dan pengakuan eksternal atau dari sosial bagi diri sendiri, pekerjaan maupun status dari keluarga. Hal ini selaras dengan Tang dan Arocas (dalam Phau & Woo, 2008) bahwa dengan adanya kompetisi atau rasa ingin bersaing yang tinggi demi memperlihatkan seberapa banyak barang yang dimiliki individu untuk membuktikan status sosialnya dan hal ini dibuktikan dengan berbelanja. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan Mitchell, Darkin, Mickel, & Gray (dalam Taneja, 2012) bahwa uang mampu menjadi sumber rasa bangga dan mendapatkan status social, Sehingga dengan uang yang dimiliki individu akan melakukan pembelian barang-barang yang akan ditunjukkan kepada orang-orang sekitarnya. *Power-prestige* yang dimiliki individu dipengaruhi brand pada suatu barang. Menurut Lee & Workman (2015), tindakan pembelian kompulsif tidak semata-mata hanya membeli barang dan *brand* yang sama, melainkan membeli barang baru secara terus menerus yang menurut mereka barang tersebut mewakili selera dan mode mereka. Hal serupa juga dikemukakan Sacramento & Flight (dalam Lee & Workman, 2015) bahwa pembeli yang kompulsif akan lebih suka membeli barang-barang yang mereka rasa mampu menggambarkan ideal diri mereka. Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ketika individu menggunakan *brand* tertentu untuk menggambarkan diri ideal secara terus menerus maka akan berujung pada pembelian kompulsif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki *power-prestige* yang tinggi akan selalu berusaha untuk membuktikan bahwa dirinya lebih baik dan lebih kaya dari orang-orang yang ada disekitarnya. Hal ini dapat individu lakukan dengan membelanjakan uang yang dimilikinya untuk membeli barang-barang yang berharga, sehingga jika hal ini terjadi berulang-ulang akan menjadikan individu sebagai pembeli kompulsif. Sedangkan individu yang memiliki *power-prestige*

yang rendah akan cenderung mampu mengontrol dirinya dalam menggunakan uang yang dimilikinya sehingga akan terhindar dari perilaku pembelian kompulsif.

Uji korelasi antara dimensi *retention-time* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya yang dilakukan setelah peneliti memperoleh data keseluruhan dari sampel yang telah ditentukan. Hasil uji korelasi menunjukkan $r = -0.316$ dan $p = 0.000$. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara dimensi *retention-time* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Dengan demikian hipotesis kedua diterima.

Bonsu (2008) yang mengatakan beberapa individu memiliki perencanaan yang *detail* dalam mengambil keputusan untuk berbelanja dalam mempersiapkan keuangan di masa depan. Dalam hal ini individu yang memiliki perencanaan keuangan yang rendah akan lebih mudah melakukan pembelian kompulsif. Pernyataan di atas selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanley & Wilhelm's (dalam Phau & Woo, 2008) bahwa pada umumnya pembeli kompulsif memiliki perencanaan dan pengaturan uang yang rendah.

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa mereka yang tidak memiliki perencanaan keuangan yang rendah maka akan lebih mudah menggunakan uangnya untuk pembelian kompulsif. Sedangkan individu sudah merencanakan keuangannya secara baik maka akan terhindar dari pembelian kompulsif.

Hasil uji korelasi antara dimensi *distrust* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya yang dilakukan setelah peneliti memperoleh data keseluruhan dari sampel yang telah ditentukan. Hasil uji korelasi menunjukkan $r = 0.521$ dan $p = 0.000$. Dari hasil tersebut maka dapat

disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara dimensi *distrust* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Dengan demikian hipotesis diterima.

Lejoyeux, Richoux Benhaim, Betizeau, Lequen, & Lohnhardt (2011) menyatakan bahwa individu sering mengalami keraguan ketika harus membayar barang yang sudah dibelinya. Hal ini terjadi karena individu merasa kecewa dan tidak puas dengan barang yang sudah dibelinya. Hal ini membuat peneliti menduga bahwa ketika individu merasa tidak puas dengan barang yang dibelinya maka individu tersebut akan membeli barang lain untuk memenuhi rasa puasnya. Tindakan inilah yang akan menyebabkan pembelian secara berulang dan yang akan menyebabkan pembelian kompulsif.

Hasil uji korelasi antara dimensi *anxiety* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya yang dilakukan setelah peneliti memperoleh data keseluruhan dari sampel yang telah ditentukan. Hasil uji korelasi menunjukkan $r = 0.581$ dan $p = 0.000$. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara dimensi *anxiety* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Dengan demikian hipotesis keempat diterima. Dimensi ini berbicara tentang kecemasan individu terhadap ketidakcukupan uang yang dimilikinya (Durvasula & Lysonski, 2010). Salah satu cara mereduksi *stress* yang dialami individu adalah dengan berbelanja (Robert & Jones, 2001). Hasil penelitian oleh Robert & Jones (2001) menyatakan bahwa meskipun mengalami kecemasan terhadap uang yang dimilikinya, individu malah memiliki kecenderungan untuk menghabiskan uang yang dimilikinya. Sedangkan menurut Valence (dalam Phau & Woo, 2008) kecemasan akan memunculkan tindakan yang spontan guna untuk mengurangi ketegangan yang dialami individu. Hal ini yang menjadi dugaan peneliti bahwa tingkat kecemasan

dapat mempengaruhi pembelian individu yang berulang-ulang, sehingga menyebabkan pembelian kompulsif. Jadi, individu dengan tingkat kecemasan yang tinggi akan memandang uang sebagai sebuah kekuatan. Uang tersebut digunakan untuk membeli. Ketika kegiatan membeli terjadi berulang-ulang maka dapat menyebabkan pembelian kompulsif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara dimensi *power-prestige*, *distrust*, *anxiety*, dan kompulsif pada wanita karir di Surabaya, serta ada hubungan negatif antara dimensi *retention-time* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian, maka disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara dimensi *power- prestig*, *distrust*, *anxiety* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Semakin tinggi *power-prestige*, *distrust*, *anxiety* maka semakin tinggi kecenderungan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Begitu pula sebaliknya semakin rendah *power- prestige*, *distrust*, *anxiety* maka semakin rendah pula kecenderungan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Ada hubungan negatif antara dimensi *retention-time* dengan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Semakin tinggi *retention-time* maka semakin rendah kecenderungan pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya. Begitu pula sebaliknya semakin rendah *retention-time* maka semakin tinggi juga pembelian kompulsif pada wanita karir di Surabaya.

REFERENSI

Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan validitas* (4th ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Badan Pusat Statistik (2014). *Jumlah angkatan kerja, penduduk bekerja pengangguran, TPAK dan TPT*, 1986-2013. Retrieved from <https://www.bps.go.id/linkTabelStatistik/view/id/973>

Bonsu, S. M. (2008). Ghanaian attitudes towards money in consumer culture. *International Journal of Consumer Studies*, 32(2), 171-178.

Dittmar, H., Long, K., & Bond, R. (2007). When a better self is only a button click away: Associations between materialistic values, emotional and identity-related buying motives, and compulsive buying tendency online. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26(3), 334-362.

Durvasula, S., & Lysonski, S. (2007). Money attitude, materialism, and achievement vanity: An investigation of young Chinese consumers' perceptions. *International Marketing Conference on Marketing & Society*. 497-499.

Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147-157.

Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5(5), 501-509.

Klontz, B., Britt, S., Mentzer, J., & Klontz, T. (2011). Money beliefs and financial behaviors: Development of the Klontz Money Script Inventory. *Journal of Financial Therapy Association*, 2(1), 1-22

Lee, S. H., & Workman, J. E. (2015). Compulsive buying and branding phenomena. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 1(3), 1-12.

Lejoyeux, M., Richoux-Benhaim, C., Betizeau, A., Lequen, V., & Lohnhardt, H. (2011). Money attitude, self-esteem and compulsive buying in a population of medical students. *Original Research Article*, 2, 1-5.

Phau, I., & Woo, C. (2008). Understanding compulsive buying tendencies among young Australians. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(5), 441-458.

Riduwan. (2012). *Dasar-dasar statistika* (10th ed.). Bandung: Alfabeta.

Roberts, J.A., & Jones, E. (2001). Money attitudes, credit card use and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35(21), 213-240.

Robert, J.A., & M. Cesar. J.S. (1999). Money attitude and compulsive buying: An exploratory investigation of the emerging consumer culture in Mexico. *Journal of International Consumer Marketing*, 11(4), 53-74.

Santrock., J.W. (2006). *Life-span development* (11th ed.). New York: McGraw Hill.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, R & D)*. Bandung: Alfabeta.

Suyatno, T., Chalik, H. A., Sukada, Ananda, C.T.Y., & Marala. D.T. (2007). *Dasar-dasar perkreditan (Edisi Keempat)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Setyowati, E., Damayanti, R., Subagyo, Badrudin, R., Suryawati, Algifari, & Purnamawati, A. (2003). *Ekonomi mikropengantar edisi dua*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Taneja, R. M. (2012). Money attitude –an abridgement. *Journal of Arts, Science & Commerce*, 3(3), 94-98.

Tang, T.L. (1992). The meaning of money revisited. *Journal Of Organizational Behavior*, 13(2), 197-202.

Yamauchi, K., & Templer, D. (1982). The development of a money attitudes scale. *Journal of Personality Assessment*, 46(5), 522-528.

Hill.