

Hubungan Tipe Kepribadian Big-Five Model dengan Perilaku Compulsive Buying pada Mahasiswa Kota Bandung

Relation between Big-Five Model Personality Traits and Compulsive Buying Behavior in Students at Bandung City.

¹Meividia Hajar Utami ²Indri Utami Sumaryanti

^{1,2}Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹meividia07@gmail.com ²indri.usumaryanti@gmail.com

Abstract. This study entitled The Relationship of Big-Five Models Personality Traits with Compulsive Buying Behavior in Students at Bandung City. The purpose of this study is to determine whether there is a relationship between personality types based on big-five models with compulsive buying behavior. Compulsive buying is a repetitive and chronic buying activity carried out as a way to release negative feelings. In students in the city of Bandung found problems where students often buy things that are not needed, buy things because of their shape or color, buy things to follow trends and prestige, it has an impact on the lack of pocket money given by parents and even owes for shopping, but shopping is still being done because of the feeling of being entertained after shopping. One of the factors that influence compulsive buying behavior is the peer factor which is in line with the phenomenon of students in Bandung who cannot refuse friends when they want to shop and also want to spend time shopping with friends even though they don't want to shop. Data collection was conducted on 397 students in the city of Bandung, using online and offline questionnaires (directly met respondents). The measuring instrument used was a questionnaire, which was adapted from the Indonesian IPIP-BFM 25 standardized adaptation tool for the Big-5 Personality Type models and CBS Elizabeth Edwards for the compulsive Buying variable. Data analysis techniques using the Spearman rank. The results of this study indicate that there is a significant relationship with a very high degree of correlation coefficient between neuroticism personality types and compulsive buying behavior. There is a relationship with the degree of correlation coefficient sedan angatar agreeableness personality type and extraversion with compulsive buying behavior. There is a low relationship between the personality type of openness to experience with compulsive buying behavior and there is no relationship between the personality type of conscientiousness with compulsive buying behavior.

Keywords: Personality Traits, Big-Five Model, Compulsive Buying, Correlation

Abstrak. Penelitian ini berjudul Hubungan Tipe Kepribadian *Big-Five Models* dengan Perilaku *Compulsive Buying* Pada Mahasiswa di Kota Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tipe kepribadian berdasarkan *big-five models* dengan perilaku *compulsive buying*. *Compulsive buying* adalah kegiatan membeli secara berulang dan kronis yang dilakukan sebagai cara untuk melepas perasaan negatif. Pada mahasiswa di kota Bandung ditemukan masalah dimana mahasiswa sering membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan, membeli barang karena bentuk atau warnanya, membeli barang untuk mengikuti *trend* dan gengsi, hal tersebut berdampak pada kurangnya uang saku yang telah diberikan orangtua dan bahkan berhutang demi berbelanja, namun berbelanja tetap dilakukan karena adanya perasaan terhibur sehabis berbelanja. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *compulsive buying* salah satunya adalah factor teman sebaya dimana hal ini selaras dengan fenomena mahasiswa di kota Bandung yang tidak bisa menolak ajakan teman saat ingin berbelanja dan juga mau meluangkan waktu untuk berbelanja bersama teman walaupun sebenarnya tidak ingin berbelanja. Pengambilan data dilakukan pada 397 mahasiswa di Kota Bandung, dengan menggunakan kuesioner secara online dan offline (langsung bertemu responden). Alat ukur yang digunakan berupa kuisisioner, yang diadaptasi dari alat ukur baku IPIP-BFM 25 adaptasi Indonesia untuk Tipe Kepribadian *Big-5 models* dan CBS Elizabeth Edwards untuk variabel *compulsive Buying*. Teknik analisis data menggunakan *rank spearman*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan dengan derajat koefisien korelasi sangat tinggi antara tipe kepribadian neuroticism dengan perilaku compulsive buying. Terdapat hubungan dengan derajat koefisien korelasi sedan angatar tipe kepribadian agreeableness dan extraversion dengan perilaku compulsive buying. Terdapat hubungan yang rendah antara tipe kepribadian openness to experience dengan perilaku compulsive buying dan tidak terdapat hubungan antara tipe kepribadian conscientiousness dengan perilaku compulsive buying.

Kata kunci : Tipe Kepribadian, *Big-5 Models*, *Compulsive Buying*, Korelasi

A. Pendahuluan

Herabadi, Verplanken & Knippenberg (2009) belakangan ini belanja tidak hanya dilakukan untuk membeli barang yang di butuhkan atau untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi belanja telah menjadi aktivitas gaya hidup, kesenangan dan pemenuhan kebutuhan psikologis.

Perilaku berbelanja yang di lakukan secara terus-menerus lama-lama akan menjadi *compulsive buying*. Faber dan O'Guinn (1989) mendefinisikan *compulsive buying* sebagai suatu kondisi kronis, dimana seorang individu melakukan aktivitas pembelian berulang sebagai akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan maupun perasaan yang negatif. Bagi sebagian besar orang, membeli sesuatu atau berbelanja merupakan kegiatan yang normal dan dilakukan sehari-hari. Namun bagi sebagian individu lain yang memiliki kecenderungan sebagai pembeli yang kompulsif (*compulsive buyer*), ketidakmampuan mengendalikan hasrat untuk membeli seautau akan mendorong mereka untuk melakukan apa saja asalkan hasrat tersebut dapat terpenuhi.

Seseorang yang cenderung memiliki perilaku *compulsive buying* ditandai dengan individu yang mengalami ketidakstabilan emosi, kecemasan, *moodiness* dan kesedihan, hal tersebut ditemukan pada penelitian Asad dan Saifullah (2012) dimana *compulsive buying* secara memiliki hubungan dengan semua tipe kepribadian *Big-Five*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Apakah terdapat hubungan antara Tipe Kepribadian Big-Five Model dengan perilaku *Compulsive buying* pada mahasiswa di kota Bandung?" Selanjutnya, tujuan dalam

penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara Tipe kepribadian *Extraversion* dengan perilaku *Compulsive Buying*
2. Untuk mengetahui hubungan antara Tipe kepribadian *Agreeableness* dengan perilaku *Compulsive Buying*
3. Untuk mengetahui hubungan antara Tipe kepribadian *Conscientiousness* dengan perilaku *Compulsive Buying*
4. Untuk mengetahui hubungan antara Tipe kepribadian *Neuroticism* dengan perilaku *Compulsive Buying*
5. Untuk mengetahui hubungan antara Tipe kepribadian *Openness to experience* dengan perilaku *Compulsive Buying*

B. Landasan Teori

J. Feist dan G.J Feist (2009) menyatakan bahwa *big-five* adalah satu kepribadian yang dapat baik memprediksi dan menjelaskan perilaku. Suatu pendekatan yang digunakan dalam psikologi untuk melihat kepribadian manusia melalui trait yang tersusun dalam lima buah domain kepribadian yang telah dibentuk dengan menggunakan analisis faktor. Lima traits kepribadian tersebut adalah *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, *openness to experiences*. Semua orang dapat digambarkan dengan kelima dimensi Big Five; tetapi beberapa orang dicirikan dengan nilai ekstrem pada salah satu dari dimensi tersebut, dengan kata lain diantara kelima faktor tersebut, manusia cenderung memiliki salah satu faktor yang dominan (McCrae dan Costa, dalam Friedman & Schustack, 2008).

Elizabeth Edwards (1993) mendefinisikan *compulsive buying* sebagai perilaku abnormal dalam hal

berbelanja dan pengeluaran uang yang menyebabkan konsumen menjadi terjebak (*overpowering*), tidak terkontrol, kronis dan hasrat yang berulang-ulang untuk berbelanja dan mengeluarkan uang. Perilaku ini berfungsi sebagai pengurang perasaan negatif dari stres maupun kecemasan.

Edwards (1993) membuat elaborasi dari penelitian yang dilakukan Valence et al (1988) dan O'Guinn dan Faber (1989). Elaborasi tersebut menghasilkan lima karakteristik, yaitu:

1. Tendency To Spend

Keadaan dimana individu mempunyai kecenderungan untuk mengeluarkan uang dalam episode-episode belanja. Maksud episode belanja disini ialah kecenderungan untuk selalu berbelanja, selalu membeli barang atau produk yang tidak dibutuhkan, serta membeli produk yang diluar jangkauan kemampuan finansial seseorang.

2. Compulsion or drive to spend

Keadaan dimana adanya dorongan, kompulsif dan impulsif dalam berbelanja dan mengeluarkan uang. Jadi dapat disimpulkan berbelanja bukan untuk kepemilikan barang atau sebuah produk, melainkan kegiatan otomatis/reaktif untuk mengurangi tekanan psikologis. Sebuah respon terhadap perasaan atau kejadian negative.

3. Feelings joy about shopping and spending.

Keadaan dimana emosi-emosi yang dirasakan individu ketika mereka melakukan aktivitas berbelanja.

4. Dysfunctional spending

Merupakan konsekuensi yang disebabkan oleh perilaku berbelanja yang berlebihan. Konsekuensi negatif yang dirasakan mulai dari diri sendiri, keluarga, teman dekat, pekerjaan dan masalah keuangan.

5. Post-purchase guilt.

Keadaan dimana individu

merasakan penyesalan, rasa malu dan rasa bersalah yang mendalam setelah mengetahui telah membelanjakan banyak barang dan mengeluarkan banyak uang.

Untuk memaparkan seberapa kompulsif perilaku belanja seseorang, Edwards menjelaskan rentang perilaku *compulsive buying* sebagai berikut:

1. *Normal buyer* adalah individu yang berbelanja barang-barang yang dibutuhkannya saja.
2. *Recreational buyer* adalah individu yang hanya berbelanja pada saat-saat tertentu untuk menghilangkan stres atau untuk merayakan sesuatu.
3. *Low buyer* adalah individu yang berada dalam tingkat belanja antara recreational dan medium.
4. *Medium buyer* adalah individu yang menggunakan sebagian besar kegiatan berbelanja untuk melepaskan rasa cemas akan sesuatu yang dialami.
5. *High (addicted) buyer* adalah individu ini melakukan aktivitas berbelanja untuk melepaskan rasa cemas namun ia memiliki perilaku yang ekstrem dalam berbelanja sehingga memiliki disfungsi yang serius dalam kehidupan sehari-harinya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hubungan Antara Tipe Kepribadian Big-Five Model dengan Perilaku Compulsive Buying Mahasiswa Kota Bandung

Tabel 1. Hubungan Antara Tipe Kepribadian *Big-Five Model* dengan Perilaku *Compulsive Buying*

	<i>Compulsive Buying</i>
<i>Extraversion</i>	0.412
<i>Agreeableness</i>	0.404
<i>Conscientiousness</i>	0.161
<i>Neuroticism</i>	0.608
<i>Openness to experience</i>	0.271

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2019.

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara tipe kepribadian big0five model dengan perilaku compulsive buying, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara tipe kepribadian *Neuroticism* dan perilaku *compulsive buying* dengan koefisien korelasi 0.608, hubungan ini termasuk ke dalam hubungan yang kuat menurut tabel kriteria Guilford.

Tipe kepribadian yang memiliki hubungan dengan perilaku *compulsive buying* adalah tipe kepribadian *extraversion* dan *agreeableness*, kedua tipe kepribadian ini memiliki hubungan dengan perilaku *compulsive buying* dengan hubungan yang termasuk ke dalam kategori sedang berdasarkan tabel Guilford. Untuk tipe kepribadian *extraversion* derajat koefisien korelasinya adalah sebesar 0.412 dan untuk tipe kepribadian *agreeableness* derajat koefisien korelasinya sebesar 0.404.

Tipe kepribadian *openness to experince* memiliki hubungan dengan perilaku *compulsive buying* dengan derajat koefisien korelasi sebesar 0.271 dan termasuk ke dalam hubungan dengan kriteria rendah menurut tabel Guilford. Tipe kepribadian *conscientiousness* dapat dikatakan tidak memiliki hubungan dengan perilaku

compulsive buying dengan hasil 0.161 atau bisa dikatakan hubungan yang sangat rendah menurut tabel Guilford.

Hasil dari penelitian ini terlihat bahwa tipe kepribadian *neuroticism* adalah tipe kepribadian yang memiliki hubungan kuat dengan perilaku *compulsive buying*. Elizabeth Edwards (1993) *compulsive buying* adalah sebagai perilaku abnormal dalam hal berbelanja dan pengeluaran uang yang menyebabkan konsumen menjadi terjebak (*overpowering*), tidak terkontrol, kronis dan hasrat yang berulang-ulang untuk berbelanja dan mengeluarkan uang. Perilaku ini berfungsi sebagai pengurang perasaan negatif dari stres maupun kecemasan. Berdasarkan teori di atas dapat simpulkan bahwa, sebanyak 72 reponden dengan tipe kepribadian *neuroticsm* yang di dalamnya terdapat 6 faset yaitu kecemasan, amarah, depresi, kesadaran diri, menuruti kata hati dan kerentanan, berperilaku *compulsive buying*. Hal tersebut sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh Edwards bahwa perilaku *compulsive buying* dilakukan sebagai pengurang perasaan *negative* dari *stress* maupun kecemasan. Yang mana perasaan negatif, *stress* dan kecemasan termasuk ke dalam faset dari tipe kepribadian *neuroticsm*. Perilaku *compulsive buying* yang ditunjukkan oleh responden tipe kepribadian *neuroticism* adalah adanya dorongan

untuk berbelanja secara berlebihan dan keinginan untuk membeli barang tanpa tahu fungsinya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan dengan derajat koefisien korelasi kuat antara tipe kepribadian *neuroticism* dengan perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa di kota Bandung.
2. Terdapat hubungan yang positif dengan derajat koefisien korelasi sedang antara tipe kepribadian *agreeableness* dengan perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa di kota Bandung.
3. Terdapat hubungan yang positif dengan derajat koefisien korelasi sedang antara tipe kepribadian *extraversion* dengan perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa di kota Bandung.
4. Terdapat hubungan yang positif antara tipe kepribadian *openness to experience* dengan perilaku *compulsive buying* dengan derajat koefisien korelasi rendah.
5. Tidak terdapat hubungan antara tipe kepribadian *conscientiousness* dengan perilaku *compulsive buying* dengan derajat koefisien korelasi sangat rendah.

E. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dalam lingkup yang lebih besar dan bukan hanya kota Bandung, tapi kota-kota lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya, juga

dapat melakukan penelitian serupa namun dengan variabel yang berbeda atau lebih bervariasi.

Daftar Pustaka

- Asad., J. S., & Saifullah F. Z. (2012) The effect of Personality ob impulseand compulsive behavior. *African Journal and Business Management*, 2817-2194
- Edwards, E.A. 1993. Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior. *Financial Counseling and Planning*, Vol. 4. Diakses tanggal 7 Februari 2008 dari <http://www.proquest.com/research/spp/1993/PDF/189.pdf>.
- Faber, R dan O'Guinn, T., (1989), A Clinical Screener for Compulsive Buying, *Journal of Consumers Research*, Vol. 19.
- Feist, J. & Gregory J. Feist. (2009). *Theories of Personality* (Edisi Keenam). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Herabadi, A., Verplanken, B., & Knippenberg, A. v. (2009). Consumption Experience of Impulse Buying in Indonesia : Emotional Arousal and Hedonistic Considerations. *Asian Journal of Sosial Psychology* 12 , 20- 31.