

HUBUNGAN ANTARA *COPING STRESS* DENGAN INTENSI MEMBELI PRODUK *FASHION* PADA SISWI SMAN 2 KOTA BEKASI

Zsa Zsa Pamela Quamilia, Nailul Fauziah

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro,

Jl. Prof. Soedarto, SH. Kampus Undip Tembalang Semarang, Indonesia 50275

zsasapamella@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *coping stress* dengan intensi membeli produk fashion pada siswi SMAN 2 Kota Bekasi. *Coping stress* adalah proses dari sebuah bentuk usaha individu secara kognitif maupun perilaku dalam mengatasi situasi yang menekan karena tuntutan internal maupun eksternal. Sedangkan, intensi membeli produk fashion adalah kecenderungan individu untuk melakukan pembelian suatu produk *fashion* (pakaian, tas, sepatu, dan aksesoris) untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Jumlah sampel sebanyak 240 siswi yang berusia 15-17 tahun. Penelitian ini menggunakan teknik *cluster random sampling*. Metode pengambilan data dengan menggunakan dua skala psikologi, yaitu Skala Intensi Membeli Produk *Fashion* dengan 30 aitem valid ($\alpha = 0,910$) dan Skala *Coping Stress* dengan 30 aitem valid ($\alpha = 0,857$). Analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi $r_{xy} = - 0,125$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,001$) yang berarti ada hubungan negatif antara *coping stress* dengan intensi membeli produk *fashion*. Sumbangan efektif *coping stress* terhadap intensi membeli produk fashion siswi SMAN 2 Kota Bekasi sebesar 6,6% dan sisanya 93,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Kata kunci: *coping stress*; intensi membeli produk *fashion*, siswi SMA

Abstract

This research was held to revealed the connection between coping stress with the intention of buying fashion products at SMAN 2 Bekasi. Coping stress is a process of a form of an individual cognitive and behavior in dealing with stressful situations due to internal and external demands. While the intention of buying fashion products is the tendency of individuals to make a purchase of a product fashion (clothes, handbags, shoes, and accessories) to meet the needs and desires. Subject of this research are 240 students aged 15-17 years. This study uses a random cluster sampling technique. The data collection method using two psychological scale, the Scale of the Intention to Buy Fashion Products with item 30 is valid ($\alpha = 0.910$) and Coping Stress Scale with item 30 is valid ($\alpha = 0.857$). Data analysis used simple regression method. The results showed coefficient correlation $r_{xy} = - 0.125$, $p = 0.000$ ($p < 0.001$), which means there is a significantly negative relations between coping stress with the intention of buying fashion products. Coping stress determined 6,6% intention to buy fashion products variabel and the remaining 93.4% is explained by other factors.

Keyword: coping stress; intention of buying fashion products; students at senior high school

PENDAHULUAN

Menurut Santrock (2007), masa remaja dimulai pada usia 10-13 tahun dan berakhir kira-kira usia 18-22 tahun. Perubahan-perubahan yang terjadi pada masa remaja meliputi perubahan fungsi fisik, kognitif, dan sosio-emosional. Tugas perkembangan remaja menurut Hurlock (2002), salah satunya adalah mulai mempersiapkan diri untuk kebebasan ekonomi. Remaja sebagai individu yang masih belum mandiri secara finansial hendaknya menggunakan uangnya dengan penuh kehati-hatian, dimana seharusnya faktor kebutuhan diutamakan terlebih dahulu daripada faktor keinginan. Namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak dari remaja yang lebih mengedepankan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan. Mereka cenderung melakukan hal-hal yang berkaitan dengan pembelian secara berlebihan (Sulistyo, 2014).

Penelitian Wagner (2009), menyebutkan bahwa *shopper* umumnya berusia 15-18 tahun dan berpendidikan SMA. Siswa SMA yang merupakan bagian dari remaja memang berada dalam

tahap perkembangan yang biasanya mempunyai keinginan membeli yang tinggi (Monks, Knoers, & Haditono, 2006). Monks, Knoers, dan Haditono, juga mengatakan bahwa pada umumnya remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi karena remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkat laku, kesenangan musik, dalam pertemuan dan pesta.

Intensi membeli yang tinggi memiliki dampak negatif seperti terjadinya pemborosan, mengurangi kesempatan untuk menabung, menimbulkan perilaku konsumtif, bahkan mengundang perbuatan pidana seperti korupsi atau mencuri dalam memenuhi keinginan membelanjanya (Wahidin, 2014). Survei yang dilakukan oleh Deteksi Jawa Pos menemukan bahwa 20,9% dari 1.074 responden berstatus sebagai pelajar yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang SPP untuk membeli barang incarannya hanya untuk bersenang-senang (Sitohang, 2009). Beberapa siswi SMA di Bekasi mengaku pula pernah memakai uang sekolah, mengambil uang orangtua tanpa seizin orangtua, dan berbohong kepada orangtua untuk meminta uang yang sebenarnya dipakai untuk membeli barang yang diinginkan atau disukai (Nindyaswari, 2012). Bahkan siswi SMK di Tangerang sampai rela menjual diri untuk membeli sebuah *handphone* baru (Irwan, 2011).

Menurut Zebua dan Nurdjayadi (2001), kelompok usia remaja memang salah satu pasar yang potensial bagi produsen, alasannya antara lain karena sifat-sifat remaja seperti tidak realistis, mudah terbujuk, boros dalam menggunakan uang, dan mengikuti arus mode nampaknya memudahkan mereka terjatuh dalam perilaku membeli yang tidak efisien. Khususnya, konsumen remaja putri yang mempunyai kecenderungan lebih besar untuk melakukan pembelian dibandingkan laki-laki. Hal ini disebabkan konsumen remaja putri cenderung lebih emosional, sedangkan laki-laki lebih menggunakan nalar dalam membelanjakan uangnya, selain itu kondisi pasar yang lebih banyak ditujukan untuk remaja putri dan kecenderungan remaja putri lebih mudah dipengaruhi mendorong mereka lebih sering untuk melakukan pembelian daripada laki-laki.

Siswi yang memiliki kemampuan mengendalikan tindakan yang kuat, mereka mampu membuat pertimbangan prioritas dalam membeli, memilih antara yang penting dan tidak penting sebelum membuat keputusan untuk membeli. Sebaliknya, siswi dengan kemampuan mengendalikan tindakan yang lemah maka akan membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan prioritasnya (Anggreini dan Sulis, 2014). Gufron dan Risnawati (2012), menambahkan bahwa kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya. Hal ini berarti kontrol diri membuat individu mampu mengambil pilihan yang tepat ketika menghadapi kondisi sulit seperti stres.

Tidak semua remaja memberikan respon yang sama terhadap stres yang dialami. Beberapa remaja termotivasi untuk bekerja keras agar dapat menemukan solusi sehingga berhasil menyesuaikan diri terhadap situasi yang membebani, sementara beberapa remaja akan menyerah ketika menghadapi berbagai masalah dalam hidupnya (Santrock, 2007). Respon remaja terhadap berbagai stresor menuntut kemampuan coping. Coping melibatkan upaya untuk mengelola situasi yang membebani, memperluas usaha untuk memecahkan masalah, dan berusaha untuk mengatasi atau mengurangi stres.

Strategi coping yang dilakukan remaja dalam kehidupan sehari-hari memiliki bermacam-macam cara sesuai dengan karakteristik remaja dan kemungkinan yang tersedia. Kegiatan yang dilakukan remaja dalam menghadapi stres seperti pergi ke tempat-tempat hiburan, mengunjungi rumah makan untuk makan sepuasnya, dan mengunjungi pusat perbelanjaan untuk berbelanja barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Hardjana, 1994).

Tim riset University of Westminster pada tahun 2008 mengadakan sejumlah riset tentang cara meredakan aktivitas otak saat menghadapi tekanan emosional. Partisipan yang turut serta dalam riset diberikan alternatif pilihan cara meredakan stres berupa menonton film porno atau berbelanja. Setelah dianalisis, sebagian besar partisipan memilih untuk berbelanja (Sasongko, 2010). Hal ini mengindikasikan bahwa para remaja putri memiliki kecenderungan membeli saat berada dalam kondisi yang menekan.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasional dengan dua variabel, yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Menurut Suryabrata (2013), tujuan dari penelitian kuantitatif korelasional adalah untuk melakukan deteksi terhadap variasi-variasi suatu variabel yang berkaitan dengan variasi-variasi satu variabel lain berdasarkan koefisien korelasi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *coping stress*, sedangkan variabel terikat adalah intensi membeli produk fashion.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswi SMAN 2 Kota Bekasi berjenis kelas perempuan berusia 15-18 tahun dan akan membeli produk fashion di masa yang akan datang seperti pakaian, sepatu, tas, dan aksesoris sebesar 624 siswi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *cluster random sampling* dari keseluruhan populasi sebanyak 240 siswi untuk penelitian, sedangkan sebanyak 84 siswi digunakan untuk uji coba alat ukur.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala psikologi yang terbagi menjadi dua skala, yaitu Skala Intensi Membeli Produk *Fashion* dengan total 30 aitem valid dan koefisien reliabilitas 0,910, sedangkan Skala *Coping Stress* dengan total 30 aitem valid dan koefisien reliabilitas 0,857.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1

Hasil Uji Normalitas Data

Variabel	Rata-Rata	Standar Deviasi	Kolmogorov Smirnov	Signifikansi	Bentuk
Intensi membeli produk fashion	93,57	6,009	0,875	0,428 ($p > 0,05$)	Normal
<i>Coping Stress</i>	64,74	10,148	0,647	0,796 ($p > 0,05$)	Normal

Uji normalitas variabel intensi membeli produk fashion menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,875 dengan signifikansi yang lebih besar dari 0,005. Hal ini berarti bahwa variabel intensi membeli produk fashion memiliki data yang berdistribusi normal. Uji normalitas *coping stress* menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,647 dengan signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel *coping stress* memiliki data yang berdistribusi normal.

Tabel 2.
Hasil Uji Linearitas

Nilai F	Signifikansi (p< 0,05)	Keterangan
16,729	0,000	Linier

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai F sebesar 16,729 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,001. Hal ini berarti bahwa hubungan antara kedua variabel adalah linier.

Tabel 3.
Hasil Uji Hipotesis 1

Variabel	Koefisien Korelasi	Signifikansi
<i>Coping Stress</i>		
Intensi Membeli Produk Fashion	- 0,152	0,000

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis 2

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	103,395	2,431		42,531	0,000
<i>Coping Stress</i>	-0,152	0,037	-0,256	-4,090	0,000

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis 3

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of The Estimate
1	0,256	0,066	0,062	5,820

Koefisien korelasi menunjukkan -0,152 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,001. Hal ini berarti bahwa ada hubungan negatif antara variabel coping stress dengan variabel intensi membeli produk fashion.

Persamaan garis regresi linier berdasarkan tabel, yaitu $Y = 103,395 - 0,152 X$. Hal ini berarti bahwa variabel intensi membeli produk fashion mengalami perubahan secara berbanding terbalik sebesar 0,152 untuk setiap unit perubahan dari variabel coping stress. Hasil R Square menunjukkan 0,066. Hal ini berarti bahwa variabel coping stress memberikan sumbangan efektif sebesar 6,6% terhadap variabel intensi membeli produk fashion.

Tabel 6

Deskripsi Skor Variabel Intensi Membeli Produk Fashion

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
0 orang 0%	0 orang 0%	11 orang 4,6%	162 orang 67,5%	67 orang 27,9%

Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak ada subjek penelitian berada pada kelompok sangat rendah dan kelompok rendah, 4,6% subjek penelitian berada pada kelompok sedang, 67,5% subjek penelitian berada pada kelompok tinggi, dan 27,9% subjek penelitian berada pada kelompok sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa saat penelitian berlangsung, mayoritas subjek penelitian berada pada kelompok tinggi.

Tabel 7

Deskripsi Skor Variabel *Coping Stress*

Sangat Buruk	Buruk	Sedang	Baik	Sangat Baik
28 orang 11,7%	113 orang 47,1%	92 orang 38,3%	7 orang 2,9%	0 orang 0%

Tabel tersebut menunjukkan bahwa 11,7% subjek penelitian berada pada kelompok sangat buruk, 47,1% subjek penelitian berada pada kelompok buruk, 38,3% subjek penelitian berada pada kelompok sedang, 2,9 % subjek penelitian berada pada kelompok baik dan tidak ada subjek yang berada pada kategori sangat baik. Hal ini berarti bahwa saat penelitian berlangsung, mayoritas subjek penelitian berada pada kelompok buruk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara *coping stress* dengan intensi membeli produk *fashion* pada siswi SMAN 2 Kota Bekasi. Hubungan yang negatif tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik *coping stress* maka semakin rendah intensi membeli siswi, demikian pula sebaliknya semakin buruk *coping stress* maka semakin tinggi intensi membeli produk *fashion* pada siswi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, R. dan Sulis, M. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(1).
- Ghufron, M. N., & Risnawati. R. (2012). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: ArRuzz Media.
- Hardjana, A. M. (1994). *Stres tanpa distres, seni mengelolah stres*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Surabaya : Erlangga.
- Irwan. (2011). *Korban hedonisme, pelajar rela jual diri hanya untuk hp baru*. Diakses dari <http://www.berita8.com/berita/2011/01/korban-hedonisme-pelajar-rela-jual-diri-hanya-untuk-hp-baru>

- Monks, F.J., Knoers, A. M. P., & Haditono, S.R. (2006). *Psikologi perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Nindyaswari, P. (2012). Berbohong ala anak sekolah. Diakses dari dari http://www.kompasiana.com/sitanindyaswari/berbohong-ala-anak-sekolah_550e2cf3813311892cbc6308
- Santrock, J.W. (2007) *Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Sasongko, A. (2010). Belanja bisa kurangi stres? benarkah?. Diakses dari <http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/10/09/15/134867-belanja-bisa-kurangi-stres-benarkah>
- Sitohang, A. (2009). Hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang
- Sulistyo, J. (2014). Hubungan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Suryabrata, S. (2005). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wagner. (2009). Gaya hidup “shopping mall” sebagai bentuk perilaku konsumtif remaja di perkotaan (Kasus: Konsumen remaja di tiga one stop shopping mall di jakarta). *Skripsi*. Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.
- Wahidin, D. (2014). Pola konsumtif remaja di mal sebagai bentuk refleksi gaya hidup. Diakses pada 20 Februari 2016, dari <http://www.siperubahan.com/read/626/Pola-Konsumtif-Remaja-di-Mal-Sebagai-Bentuk-Refleksi-Gaya-Hidup>.
- Zebua, A.S., & Nurdjayadi, R.D. (2001). Hubungan antara konformitas dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. *Phronesi*, 3