

EFEK PANDEMI COVID-19 PADA PEMBELIAN IMPULSIF MASYARAKAT MANOKWARI

Claudia Agisera Marani¹ Mahestu N Krisjanti²
Universitas Atma Jaya Yogyakarta^{1,2}

Page | - 157 -

Correspondence email: claudiaaudhy@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pandemi COVID-19, sebagai suatu keadaan darurat kesehatan masyarakat dapat memotivasi perilaku pembelian impulsif masyarakat kota Manokwari. Data dari 163 responden diolah dengan analisis *structural equation modelling* (SEM) yang dengan bantuan program *Smart PLS (Partial Least Square)*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa tingkat keparahan pandemi yang dirasakan berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. Kontrol yang dipersepsikan ditemukan berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. Materialisme berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. Materialisme dalam penelitian ini ditemukan tidak memberikan efek mediasi terhadap kontrol yang dipersepsikan pada pembelian impulsif namun terdapat pengaruh langsung antara kontrol yang dipersepsikan terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci : Tingkat Keparahan Pandemi, Kontrol Yang Dipersepsikan, Materialisme, Pembelian Impulsif

ABSTRACT

This study aims to determine if the COVID-19 pandemic, as a public health emergency, can drive the impulsive buying behavior of the people of the city of Manokwari. Data from 163 respondents was processed using structural equation modeling (SEM) analysis with the help of the Smart PLS (Partial Least Square) program. The results of data analysis showed that the perceived severity of the pandemic had a significant effect on impulsive buying. Perceived control was found to have a significant effect on impulsive buying. Materialism contributed significantly to impulse buying behavior. Materialism did not to have a mediating effect on perceived control on impulsive buying, but there was a direct effect between perceived control on impulsive buying behavior.

Keywords: *Pandemic Perceived Severity, Perceived Control, Materialism, Impulsive Buying*
JEL: M3

PENDAHULUAN

Sejak masuknya virus Covid-19 di Indonesia pada awal Maret 2020, pemerintah Indonesia berupaya untuk mengendalikan dampak virus tersebut, tidak hanya pada sector Kesehatan, namun juga pada sector ekonomi. Salah satu kebijakan untuk menahan laju pergerakan virus adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dengan kebijakan ini,

pemerintah mengatur pergerakan masyarakat yang akhirnya juga berdampak pada perekonomian. Banyak bisnis yang kemudian memilih untuk melakukan efisiensi bahkan berhenti total, karena daya beli masyarakat yang juga mulai menurun dan tentu konsekuensinya adalah banyak pekerja yang dirumahkan. Selain itu pemerintah juga meminta seluruh pihak untuk melakukan *social distancing* termasuk *Work From Home* (WFH) dan *Study From Home* (SFH) secara online.

Situasi pandemi dan pembatasan sosial telah mengubah cara hidup dan cara pandang masyarakat, termasuk mengubah perilaku pembelian mereka, salah satunya adalah perilaku pembelian impulsif. Perilaku pembelian impulsif dalam keadaan pandemi saat ini tersebar luas dan universal secara sadar atau tidak sadar yang menghasilkan perilaku pembelian yang tidak rasional. Pada awal masa pandemi, perilaku pembelian impulsif terutama untuk pembelian barang-barang terkait kesehatan. Hal ini terjadi secara umum termasuk di Manowari.

Manokwari adalah salah satu kabupaten yang juga merupakan ibu kota dari provinsi Papua Barat. Kabupaten Manokwari berkembang dengan pesat dalam berbagai aspek, seperti aspek pendidikan, kesehatan, politik, ekonomi maupun ketenagakerjaan. Hal inilah yang mendorong banyak masyarakat yang ada di kabupaten sekitar untuk datang dan berpindah ke Manokwari, terutama untuk mendapat pekerjaan yang lebih layak. Semakin banyaknya populasi di Manowari ini, tentu mendorong semakin tingginya permintaan konsumen di kabupaten ini. Masyarakat di Manokwari adalah masyarakat yang konsumtif dan semakin berkembang dalam tahun-tahun terakhir, di mana tingkat permintaan terhadap barang pembelian semakin tinggi. Hal ini dapat dirasakan semakin menjamurnya tempat-tempat berbelanja, baik yang berskala kecil, menengah dan besar hingga ke pelosok kota. Salah satu contohnya pusat perbelanjaan berskala besar seperti Manokwari City Mall, pusat perbelanjaan yang selama ini pembangunannya tertunda dikarenakan adanya pandemi COVID-19 ini akhirnya dibuka pada bulan April 2021. Antusias dari masyarakat Manokwari sangat tinggi walaupun ditengah pandemi yang masih berlangsung saat ini. Melihat pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dan pola pembelian yang tergolong konsumtif semakin menumbuhkembangkan minat para penyedia barang dan jasa, khususnya dalam pemenuhan kebutuhan pokok yang mendukung pembelian atau pembelian pada masyarakat.

Penelitian ini akan memfokuskan pada perilaku pembelian impulsif pada masa pandemi di Manowari. Secara keseluruhan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pandemi COVID-19, sebagai keadaan darurat kesehatan masyarakat dapat mendorong perilaku pembelian impulsif masyarakat kota Manokwari. Ada beberapa masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini. Pertama, apakah tingkat keparahan pandemi dan kontrol yang dipersepsikan dan orientasi materialisme akan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Kedua, apakah tingkat keparahan pandemi dan kontrol yang dipersepsikan akan mempengaruhi tingkat materialisme. Ketiga, apakah tingkat keparahan pandemi akan berkontribusi pada kontrol yang dipersepsikan. Keempat, apakah materialisme memediasi pengaruh kontrol yang dipersepsikan pada perilaku pembelian impulsif.

KAJIAN TEORI

Pembelian Impulsif dalam Keparahannya Pandemi

Menurut Vohs dan Faber (2007) dalam Wang *et al.*, (2021) perilaku pembelian impulsif terjadi pada saat konsumen mengalami dorongan untuk membeli produk secara spontan atau tidak direncanakan dan tanpa memikirkan manfaat yang akan diperoleh dari produk tersebut. Pembelian impulsif biasanya terjadi ketika konsumen melihat suatu produk dan memiliki daya tarik, konsumen secara tidak sengaja akan membeli produk tersebut. Pembelian impulsif memiliki karakteristik seperti perilaku yang tidak terduga dan tiba-tiba yang biasanya terjadi bersamaan dengan suatu impuls dan durasi pengambilan keputusan relatif singkat dan spontan. Selain karakteristik pembelian impulsif, terdapat empat tipe pembelian impulsif menurut Septila dan Aprilia (2017), pertama *pure impulse buying* (pembelian impulsif murni) yang melakukan pembelian tanpa memikirkan atau perencanaan sebelumnya. Kedua *suggestion impulse*, yang membeli suatu produk terbaru karena terpengaruh dan memutuskan untuk membelinya, seperti saat individu melihat suatu produk terbaru sehingga akan muncul rasa ingin mencoba produk tersebut. Ketiga *reminder impulse buying*, yaitu pembelian karena pengalaman dimasa lampau, seperti disaat melihat suatu produk dan teringat akan salah satu persediaan dirumah telah habis. Keempat *planned impulse buying*, yaitu pembelian yang terjadi setelah mengetahui apa yang tersedia dan keputusan membeli terjadi di tempat transaksi, seperti produk dengan harga khusus atau adanya potongan harga suatu produk.

Perilaku pembelian impulsif dalam keadaan pandemi saat ini tersebar luas dan universal secara sadar atau tidak sadar yang menghasilkan perilaku pembelian yang tidak rasional. Misalnya, sejumlah pusat perbelanjaan di Jakarta seketika dipenuhi orang-orang yang membeli dalam jumlah sangat banyak karena khawatir akan adanya *lockdown* yang diberlakukan pemerintah. Kepanikan yang terus berlanjut menyebabkan masyarakat terus melakukan pembelian barang-barang yang berkaitan langsung dengan pencegahan penyakit, seperti masker wajah, pembersih tangan, disinfektan, dan berbagai bahan kebutuhan pokok serta vitamin. Kepanikan ini terjadi juga di seluruh dunia, di mana warga berebut membeli *hand sanitizer*, tisu antiseptik, masker bedah, dan tisu toilet. Dalam penelitian Frances (2020) menunjukkan banyak pembeli di negara barat, termasuk Australia dan Inggris, bergegas ke supermarket untuk membeli persediaan yang diperlukan sehingga kertas toilet terjual habis karena ketakutan akan virus COVID-19.

Menurut *World Health Organization* (WHO), pandemi merupakan wabah penyakit yang terjadi pada geografis yang luas atau menyebar secara global, pandemi tidak ada hubungannya dengan tingkat keparahan penyakit, jumlah korban atau infeksi, namun pada penyebaran geografisnya. Pandemi mengacu pada epidemi yang telah menyebar di beberapa negara atau benua, biasanya mempengaruhi sejumlah besar orang. Dunia kini sedang berjuang melawan *Novel Corona Virus Disiase* 2019 atau yang biasa disebut dengan COVID-19. Dampak dari pandemi COVID-19 ini bersifat global. Dalam keadaan pandemi global ini, orang-orang dihadapkan dengan informasi yang beragam dan tidak yakin tentang apa yang akan terjadi di masa depan. Menurut data yang diakses melalui <https://covid19.go.id/> mencatat bahwa di Indonesia tercatat angka kasus positif COVID-19 telah mencapai 2.033.421 pasien pertanggal 23 Juni 2021, termasuk di Manokwari sebanyak 3640 pasien terdeteksi positif COVID-19. Fakta ini menggambarkan begitu cepatnya virus corona mewabah, akibatnya berdampak ke seluruh aktifitas kehidupan. Kondisi ini pun terjadi karena adanya kebijakan dari pemerintah setempat untuk membatasi gerak warga secara nasional atau pembatasan sosial berkala besar (PSBB). Akibat kebijakan tersebut banyak toko yang tutup dan jalan protokol ditutup atau dibatasi sehingga pemerintah menghimbau agar seluruh masyarakat di Indonesia melakukan aktifitasnya di rumah dan membatasi kontak dengan lingkungan luar atau disebut *social distancing*.

Kontrol yang dipersepsikan

Menurut Landau *et al.*, (2015) dalam Wang *et al.*, (2021) bahwa kontrol yang dipersepsikan mengacu pada keyakinan seseorang tentang sejauh mana mereka mampu memiliki kendali atas keadaan, perilaku, tempat atau aktivitas lingkungan di sekitar. Menurut Skinner (1996) dalam Wang *et al.*, (2021) bahwa kontrol yang dirasakan biasanya tercermin dalam dua cara yaitu kontrol individu atas lingkungan eksternal, yaitu sejauh mana individu percaya bahwa lingkungan eksternal menghambat pencapaian tujuan. Yang kedua adalah kontrol individu atas diri sendiri dan perilakunya, yaitu sejauh mana individu percaya bahwa mereka mampu mencapai tujuan mereka dan mengendalikan lingkungan mereka. Tanpa adanya kontrol yang dirasakan, orang cenderung melakukan perilaku yang diinginkan dan mereka mungkin bertindak secara naluri. Menurut Vohs dan Faber (2004) dalam Sun *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa kurangnya kontrol yang dirasakan dapat menyebabkan perilaku pembelian impulsif. Ketika keinginan untuk suatu produk secara tiba-tiba meningkat menguasai pertimbangan yang disengaja, pengendalian diri gagal untuk menghambat pembelian impulsif. Dengan kata lain, pengendalian diri membantu konsumen untuk menahan godaan langsung atau apa yang dihadapi individu saat itu.

Materialisme

Menurut Richins dan Dawson (1992) dalam Li *et al.*, (2020) bahwa materialisme adalah salah satu *trait* kepribadian yang berkaitan dengan kepemilikan barang atau materi. Sifat materialistis cenderung menyebabkan individu untuk berusaha memperkaya diri dengan terus menerus menumpuk kekayaan. Menurut Chan dan Prendergast (2007) dalam Li *et al.*, (2020) bahwa materialisme didefinisikan sebagai sikap yang menganggap kekayaan dan harta benda sebagai tolak ukur kesuksesan atau keberhasilan individu. Kepemilikan harta benda dapat mengekspresikan identitas dan gaya hidup ideal konsumen, hal ini juga membantu sebagian konsumen melengkapi rasa percaya diri mereka. Kepemilikan harta benda tersebut mengekspresikan kepribadian dan status individu kepada orang lain (Chernev *et al.*, 2011 dalam Moran *et al.*, 2015).

Menurut Richins dan Dawson (1992) dalam Moran *et al.*, (2015) materialisme dibagi menjadi tiga aspek yaitu menjadikan perolehan harta benda sebagai fokus utama dalam hidupnya yang bertujuan untuk mengukur derajat keyakinan seseorang yang menganggap bahwa harta dan kepemilikan sangat penting dalam hidup seseorang. Kedua menjadikan pengejaran harta benda sebagai sumber utama kepuasan hidup untuk mengukur keyakinan

apakah seseorang memandang kepemilikan dan harta merupakan hal yang penting untuk kesejahteraan dan kebahagiaan dalam hidup. Selanjutnya yang ketiga kepemilikan harta sebagai ukuran kesuksesan hidup untuk mengukur keyakinan seseorang tentang kesuksesan berdasarkan pada jumlah dan kualitas kepemilikannya.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Pembelian impulsif dalam tingkat keparahan pandemi yang dirasakan

Pandemi COVID-19 merupakan peristiwa kesehatan masyarakat baru yang terjadi dan tidak memiliki prosedur yang mampu untuk memandu perilaku masyarakat dalam kehidupan dan pekerjaan. Pandemi COVID-19 berdampak besar pada ekonomi global dan kesejahteraan masyarakat. Pandemi COVID-19 juga mengubah keadaan yang mendesak bagi konsumen. Secara khusus, pandemi COVID-19 memotivasi perilaku pembelian impulsif pada masyarakat. Dalam penelitian Zhang *et al.*, (2018) menjelaskan bahwa dorongan untuk membeli secara impulsif terjadi dikarenakan dorongan yang tiba-tiba atau tidak terencanakan untuk membeli sesuatu. Konsumen mungkin mengalami dorongan untuk untuk membeli secara impulsif lebih sering dibandingkan perilaku pembelian impulsif yang sebenarnya.

Dalam penelitian Ahmed *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa COVID-19 secara signifikan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif meningkat tajam dikarenakan ketakutan akan *lockdown*, kelangkaan produk penting di rak, pasokan barang-barang penting yang terbatas, dan pembelian panik. Hal ini juga didukung oleh penelitian lainnya yaitu Gupta *et al.*, (2021), hasil penelitian menunjukkan pandemi COVID-19 memiliki dampak signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dikarenakan persepsi konsumen tentang terbatasnya pasokan barang-barang kebutuhan pokok, ketakutan akan diberlakukannya *lockdown*, dan kontrol pemerintah yang dilakukan dalam bentuk *lockdown* dan *social distancing*.

Berdasarkan analisis logika diatas, penulis berasumsi bahwa pandemi COVID-19 dapat berdampak positif terhadap kecenderungan pembelian impulsif masyarakat, yang akan meningkat seiring dengan skala pandemi. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₁ : Tingkat keparahan pandemi yang dirasakan mempengaruhi kecenderungan pembelian impulsif masyarakat.

2. Kontrol yang dipersepsikan

Secara khusus, pandemi COVID-19 menciptakan lingkungan dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi, yang mengarah pada penurunan tingkat kontrol individu. Akibatnya, semakin parah pandemi, semakin sedikit kontrol yang dipersepsikan. Menurut Skinner (1996) dalam penelitian Wang *et al.*, (2021), rasa kontrol dalam individu terlihat dari dua cara, yaitu kontrol individu atas lingkungan eksternal, dimana individu percaya bahwa lingkungan eksternal dapat menghambat kemajuan dari pencapaian tujuan individu. Yang kedua yaitu kontrol individu atas diri sendiri dan perilakunya, dimana individu percaya bahwa mampu mencapai tujuan dan mengendalikan lingkungan individu. Dalam penelitian Wang *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa pandemi COVID-19 telah mengubah lingkungan masyarakat dan meningkatkan ketidakpastian pada masyarakat, hal ini menyebabkan kurangnya kontrol dan kecemasan sehingga memicu pembelian impulsif pada masyarakat. Dengan demikian, perubahan lingkungan dan ketidakpastian yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 kepada masyarakat telah menyebabkan hilangnya kendali. Selanjutnya, menurut Chen *et al.*, (2016) dalam Wang *et al.*, (2021), teori kontrol kompensasi dimana individu memiliki keinginan alami untuk mengembalikan rasa kontrol individu ketika kontrol tersebut tidak ada. Dalam penelitian Sun *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa kurangnya kontrol mempengaruhi perilaku pembelian individu dan pola pembelian, terutama pembelian impulsif. Ini karena pembelian impulsif dapat memuaskan kebutuhan psikologis individu untuk mengimbangi rasa kontrol yang dipersepsikan individu.

Berdasarkan analisis logika diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Tingkat keparahan pandemi yang dirasakan mempengaruhi tingkat kontrol yang dipersepsikan masyarakat.

H₃ : Kontrol yang dipersepsikan mempengaruhi kecenderungan pembelian impulsif masyarakat.

3. Materialisme

Menurut Steven dan Srinivas (2013) dalam penelitian Badgaiyan dan Verma (2014) bahwa materialisme menggambarkan konsumen yang memberikan nilai pada objek material dan menemukan makna dan identitas dalam kepemilikan. Oleh karena itu konsumen didorong dengan keyakinan bahwa memiliki barang-barang pembelian adalah tujuan hidup utama dan kunci kebahagiaan. Selain itu Richins (2011) dalam penelitian Badgaiyan dan Verma (2014) berpendapat bahwa konsumen materialistis didorong oleh keinginan untuk

mencapai status sosial melalui kepemilikan materi, dengan demikian ada kemungkinan konsumen tersebut akan secara impulsif menghabiskan uang untuk mencapai status sosial.

Dalam penelitian Badgaiyan dan Verma (2014) menunjukkan bahwa materialisme memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perilaku pembelian impulsif. Hal ini juga didukung oleh penelitian Moran *et al.*, (2015) membuktikan materialisme memainkan peran penting dalam perilaku pembelian impulsif, terutama di kalangan konsumen anak muda, yang memiliki kesenjangan yang lebih besar antara diri individu yang sebenarnya dan ideal dan lebih cenderung untuk membeli untuk memperkuat citra individu dan memvalidasi konsep diri individu.

Berdasarkan analisis logika diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Orientasi materialisme konsumen mempengaruhi kecenderungan pembelian impulsif masyarakat.

Dalam konteks penyebaran penyakit menular seperti COVID-19, masyarakat menghadapi ancaman kematian yang parah. Dalam penelitian Song *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa ancaman kematian berhubungan positif dengan perilaku materialisme. Jonas *et al.*, (2002) dalam Song *et al.*, (2020) berpendapat bahwa teori manajemen teror menemukan bahwa ketika konsumen menghadapi ancaman kematian, ini dapat mendorong perilaku konsumen menjadi materialistis. Konsumen menjadi materialistis dan serakah, lebih mau membeli barang-barang mewah dan lebih condong ke perilaku pembelian hedonis (Arndt *et al.*, 2004 dalam Song *et al.*, 2020). Hal ini juga didukung oleh penelitian Jiang *et al.*, (2021) dimana selama pandemi COVID-19 berdampak pada respons emosional individu terhadap bencana. Efek dari bencana mungkin tergantung pada emosi yang telah dipicu, seperti kecemasan yang disebabkan oleh ancaman kematian yang dirasakan. Ancaman kematian yang dirasakan masyarakat ini membuat perilaku materialisme masyarakat semakin meningkat.

Berdasarkan analisis logika diatas, penelitian ini menunjukkan bahwa kecenderungan materialistis individu akan meningkat karena ancaman kematian yang disebabkan oleh COVID-19, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₅ : Tingkat keparahan pandemi yang dirasakan mempengaruhi tingkat materialisme masyarakat.

Menurut Tatzel (2002) dalam Li *et al.*, (2020) bahwa tingkat kontrol yang dipersepsikan rendah akan membuat individu akan lebih mungkin untuk mengurangi rasa kehilangan kendali tersebut dengan bentuk material dan keinginan yang ingin dicapai. Sehingga untuk memiliki hal itu dapat menimbulkan kecenderungan materialisme. Dalam penelitian Thyroff dan Siemens (2018) menunjukkan bahwa kontrol yang dirasakan memediasi hubungan antara ketergantungan material dan kualitas hidup seseorang. Konsumen yang sangat bergantung pada perilaku materialisme akan merasa kurang memegang kendali, dan konsumen dengan ketergantungan perilaku materialisme yang rendah merasa lebih memegang sehingga memiliki kualitas hidup yang lebih tinggi.

Dengan demikian, orang dengan kontrol yang dirasakan rendah mungkin memiliki kecenderungan materialistis yang tinggi. Berdasarkan analisis logika diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

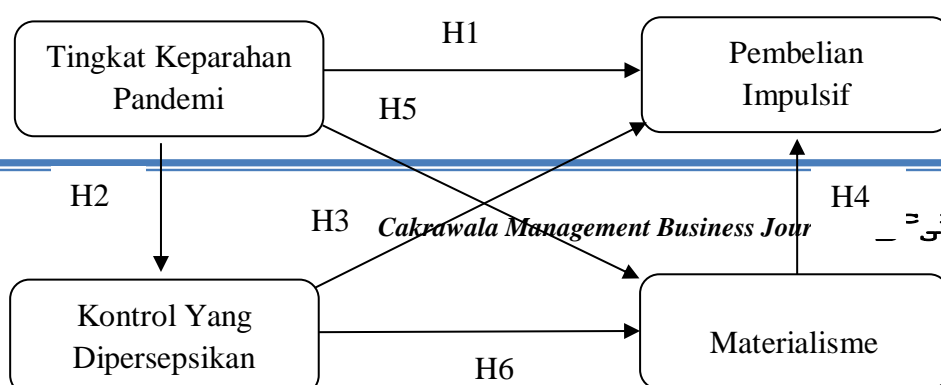
H₆ : Kontrol yang dipersepsikan mempengaruhi tingkat materialisme masyarakat.

Berdasarkan alasan di atas, penulis mengusulkan bahwa tingkat keparahan pandemi yang dirasakan dapat memengaruhi pembelian impulsif masyarakat dengan adanya variabel mediasi yaitu materialisme. Teori manajemen teror menemukan bahwa ketika konsumen menghadapi ancaman kematian, ini dapat mendorong perilaku konsumen menjadi materialistis (Jonas *et al.*, 2002 dalam Song *et al.*, 2020). Materialisme memainkan peran penting dalam perilaku pembelian impulsif, terutama di kalangan konsumen anak muda (Moran *et al.*, 2015). Dalam penelitian yang dilakukan Li *et al.*, (2020) menegaskan materialisme memainkan peran mediasi antara keparahan pandemi dan konsumsi impulsif.

Singkatnya, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan meningkatkan pembelian impulsif masyarakat baik dengan meningkatkan kecenderungan materialistis masyarakat, Dengan demikian, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₇ : Materialisme dapat memainkan peran mediasi antara kontrol yang dipersepsikan dan pembelian impulsif.

MODEL PENELITIAN



Gambar 2.1
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pada penelitian ini, kriteria yang digunakan sebagai syarat untuk menjadi responden adalah masyarakat kota Manokwari.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer, yang dimana data diperoleh secara langsung dari hasil kuisioner yang disebarakan secara *online*. Kuisioner yang dilakukan dari penelitian ini adalah kuisioner berbentuk *Google Forms* yang disebarakan melalui media sosial kepada masyarakat di kota Manokwari. Kuisioner dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama memuat informasi profil responden seperti domisili responden, akses fasilitas kesehatan menurut responden mudah atau tidak, pernah atau tidaknya responden terpapar COVID-19, jenis kelamin, tahun lahir, dan pendapatan tiap bulan. Bagian kedua dari kuisioner terdiri dari 4 variabel pertanyaan dengan 17 item pertanyaan, responden diminta untuk menilai pertanyaan dalam kuisioner yang terbagi dalam empat kelompok pertanyaan; kelompok pertanyaan pertama tentang variabel keparahan pandemi, kelompok pertanyaan kedua tentang variabel kontrol yang dipersepsi, kelompok pertanyaan ketiga tentang variabel materialisme, dan kelompok pertanyaan keempat tentang variabel pembelian impulsif. Pada penelitian ini menggunakan skala pengukuran variabel dengan menggunakan skala *likert*.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis *structural equation modelling* (SEM) yang diolah dengan bantuan program *Smart PLS (Partial Least Square)*.

HASIL PENELITIAN

Analisis Structural Equation Modeling / Partial Least Square

Dalam bagian ini, akan di terangkan analisis SEM-PLS, dimana terdapat tahap analisis yang dilakukan yaitu model pengukuran (*outer model*), model structural (*Inner model*) uji hipotesis dan uji mediasi. Sebelum analisis dilakukan, model struktural pada PLS harus terdiri terlebih dahulu dibuat guna mengetahui hasil validitas atau ketepatan model.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen merupakan model pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel yang diamati melalui indikator-indikator variabel dalam penelitian. Berikut tabel hasil pengolahan validitas konvergen dengan parameter menggunakan *loading factor* dan AVE adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Validitas Konvergen (*outer loading*)

Variabel	Indikator	Outer Loading	Average Variance Extracted (AVE)
Pembelian Impulsif	PI1	0.820	0.660
	PI2	0.816	
	PI3	0.802	
Tingkat Keparahan Pandemi Yang Dirasakan	KP1	0.794	0.731
	KP2	0.872	
	KP3	0.896	
Kontrol Yang Dipersepsikan	KYD1	0.856	0.815
	KYD2	0.924	
	KYD3	0.927	
Materialisme	M1	0.580	0.383
	M2	0.223	
	M3	0.496	
	M4	0.691	
	M5	0.752	
	M6	0.757	
	M7	0.646	
	M8	0.628	

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan, diketahui mayoritas indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *loading factor* lebih dari 0,6 dan dikatakan valid. Selain itu terdapat 3 item indikator tidak memenuhi syarat validitas konvergen dimana nilai dari *loading factor* kurang dari 0,6 pada variabel materialisme yaitu M1 menunjukkan 0,580,

M2 menunjukkan 0,223, dan M3 menunjukkan 0,496. Hasil dari validitas konvergen dengan parameter *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa variabel materialisme memiliki nilai kurang dari 0,5. Dari hasil tersebut karena tidak memenuhi syarat validitas konvergen maka indikator variabel tersebut perlu dihapus atau dieliminasi dari model penelitian.

Nilai *loading factor* dan AVE setelah indikator M1, M2, dan M3 dihapus atau dieliminasi dapat ditunjukkan pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.2

Validitas Konvergen (*outer loading*)

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Pembelian Impulsif	PI1	0.804	0.661
	PI2	0.814	
	PI3	0.820	
Tingkat Keparahan Pandemi Yang Dirasakan	KP1	0.814	0.736
	KP2	0.855	
	KP3	0.902	
Kontrol Yang Dipersepsikan	KYD1	0.859	0.815
	KYD2	0.920	
	KYD3	0.928	
Materialisme	M4	0.704	0.528
	M5	0.775	
	M6	0.824	
	M7	0.682	
	M8	0.633	

Setelah pengujian ulang dilakukan dapat dilihat dari tabel diatas bahwa indikator dari pembelian impulsif, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan, kontrol yang dipersepsikan, dan materialisme sudah memenuhi syarat nilai *loading factor* lebih dari 0,6. Selain itu, hasil dari validitas konvergen dengan parameter AVE diketahui bahwa semua variabel valid karena memiliki nilai AVE lebih dari 0,5.

b. Validitas Diskriminan

Suatu model pengukuran memiliki validitas diskriminan yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk blok lainnya. Berikut merupakan hasil dari validitas diskriminan:

Tabel 4.3

Validitas Diskriminan (*Fornell-Larcker Criterion*)

	Kontrol Yang Dipersepsikan	Materialisme	Pembelian Impulsif	Tingkat Keparahan Pandemi Yang Dirasakan
Kontrol Yang Dipersepsikan	0.903			
Materialisme	0.004	0.727		
Pembelian Impulsif	0.179	0.422	0.813	
Tingkat Keparahan Pandemi Yang Dirasakan	-0.059	0.194	-0.094	0.858

Berdasarkan hasil pada Tabel diatas diketahui bahwa AVE konstruk lebih besar dari korelasi dengan seluruh konstruk lainnya. Dengan demikian semua konstruk atau variabel laten dalam penelitian ini sudah memiliki validitas diskriminan yang baik.

c. Reliabilitas

Untuk melihat hasil reliabilitas dapat menggunakan parameter *cronbach's alpha* maupun menggunakan *composite reliability* (CR). Berikut merupakan tabel hasil dari reliabilitas konstruk:

Tabel 4.4
Hasil Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i> (CR)
Pembelian Impulsif	0.745	0.854
Kontrol Yang Dipersepsikan	0.887	0.930
Materialisme	0.782	0.847
Tingkat Keparahan Pandemi Yang Dirasakan	0.825	0.893

Berdasarkan tabel diatas, nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* (CR) pada variabel pembelian impulsif, kontrol yang dipersepsikan, materialisme, dan tingkat keparahan pandemi yang dirasakan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,7. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian sudah memenuhi syarat reliabilitas.

Sehingga, berdasarkan keseluruhan hasil analisis outer model dapat disimpulkan bahwa indikator- indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten dianggap valid dan reliabel.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Dalam melakukan evaluasi inner model dapat dievaluasi dengan melihat nilai *R-square* (reliabilitas indikator) untuk setiap variable laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin tinggi nilai *R-square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang dilakukan. Berikut tabel hasil analisis nilai *R-square*:

Tabel 4.5
Nilai *R-square*

Variabel	<i>R Square</i>
Pembelian Impulsif	0.238
Kontrol Yang Dipersepsikan	0.003
Materialisme	0.038

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *R-square* untuk masing-masing variabel yang dipengaruhi (variabel dependen). Nilai *R-square* merupakan nilai yang menggambarkan tingkat pengaruh variabel yang mempengaruhi (variabel independent) terhadap variabel dependen. Pada Tabel diatas dapat diketahui nilai *R-square* pada variabel pembelian impulsif sebesar 0,238 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independent yakni tingkat keparahan pandemi yang dirasakan dalam menjelaskan perubahan variabel dependen yakni pembelian impulsif adalah sebesar 23,8%. Nilai *R-square* pada variabel kontrol yang dipersepsikan sebesar 0,003 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independent yakni tingkat keparahan pandemi yang dirasakan dalam menjelaskan perubahan variabel dependen yakni kontrol yang dipersepsikan adalah sebesar 3%. Selanjutnya nilai *R-square* pada variabel materialisme sebesar 0,038 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independent yakni tingkat keparahan pandemi yang dirasakan dalam menjelaskan perubahan variabel dependen yakni materialisme adalah sebesar 3,8%.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan berdasarkan pengujian *inner model* yang meliputi output *r-square*, koefisien jalur dan T-statistik. Nilai koefisien jalur menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Uji estimasi koefisien jalur dilakukan dengan metode *bootstrapping* dengan melihat nilai pada T-statistik dari setiap variabel yang diamati, setiap nilai T-statistik variabel harus diatas 1,96 untuk dapat dikatakan signifikan dan tingkat

signifikansi p -value 5%. Kriteria penerimaan dan penolakan dalam penelitian yaitu jika T-statistik lebih besar dari T-tabel dan nilai dari p -value lebih kecil dari alpha, maka hipotesis diterima, apabila sebaliknya jika nilai T-statistik lebih kecil dari T-tabel dan nilai dari p -value lebih besar dari alpha, maka hipotesis ditolak. Nilai uji hipotesis dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	T-Statistik	P-Values	Keterangan
Tingkat Keparahan Pandemi Yang Dirasakan -> Pembelian Impulsif	-0.172	2.097	0.036	Signifikan
Tingkat Keparahan Pandemi Yang Dirasakan -> Kontrol Yang Dipersepsikan	-0.059	0.517	0.605	Tidak Signifikan
Kontrol Yang Dipersepsikan -> Pembelian Impulsif	0.167	2.036	0.042	Signifikan
Materialisme -> Pembelian Impulsif	0.454	6.835	0.000	Signifikan
Tingkat Keparahan Pandemi Yang Dirasakan -> Materialisme	0.195	1.789	0.074	Tidak Signifikan
Kontrol Yang Dipersepsikan -> Materialisme	0.015	0.145	0.884	Tidak Signifikan

Hipotesis pertama menguji apakah tingkat keparahan pandemi yang dirasakan mempengaruhi kecenderungan pembelian impulsif masyarakat. Hasil pengujian pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai tingkat keparahan pandemi yang dirasakan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap pembelian impulsif masyarakat. H1 diterima. Hal ini dikarenakan nilai T-statistik sebesar $2,097 > 1,96$ dan nilai p -value sebesar $0,036 < 0,05$.

Hipotesis kedua menguji apakah tingkat keparahan pandemi yang dirasakan mempengaruhi kontrol yang dipersepsikan masyarakat. Hasil pengujian pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai tingkat keparahan pandemi yang dirasakan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kontrol yang dipersepsikan masyarakat. H2 ditolak. Hal ini dikarenakan nilai T-Statistik sebesar $0,517 < 1,96$ dan nilai p -value sebesar $0,605 > 0,05$.

Hipotesis ketiga menguji apakah kontrol yang dipersepsikan mempengaruhi kecenderungan pembelian impulsif masyarakat. Hasil pengujian pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai kontrol yang dipersepsikan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pembelian impulsif masyarakat. H3 diterima. Hal ini dikarenakan nilai T-Statistik sebesar $2,036 > 1,96$ dan nilai p -value sebesar $0,042 < 0,05$.

Hipotesis keempat menguji apakah orientasi materialisme konsumen mempengaruhi kecenderungan pembelian impulsif masyarakat. Hasil pengujian pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai materialisme berpengaruh positif secara signifikan terhadap pembelian impulsif masyarakat. H4 diterima. Hal ini dikarenakan nilai T-statistik sebesar $6,835 > 1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$.

Hipotesis kelima menguji apakah tingkat keparahan pandemi yang dirasakan mempengaruhi tingkat materialisme masyarakat. Hasil pengujian pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa tingkat keparahan pandemi yang dirasakan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap tingkat materialisme masyarakat. H5 ditolak. Hal ini dikarenakan nilai T-Statistik sebesar $1,789 < 1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,074 > 0,05$.

Hipotesis keenam menguji apakah kontrol yang dipersepsikan mempengaruhi tingkat materialisme masyarakat. Hasil pengujian pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa kontrol yang dipersepsikan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap tingkat materialisme masyarakat. H6 ditolak. Hal ini dikarenakan nilai T-Statistik sebesar $0,145 < 1,96$ dan nilai *p-value* sebesar $0,884 > 0,05$.

Tabel 4.7

Hasil Uji Mediasi

Hipotesis	Original Sample	T-Statistik	P-Values	Keterangan
Kontrol Yang Dipersepsikan -> Materialisme -> Konsumsi Impulsif	0.007	0.138	0.891	Tidak Signifikan

Hipotesis ketujuh menguji materialisme dapat memainkan peran mediasi antara kontrol yang dipersepsikan dan pembelian impulsif. Hasil pengujian pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil uji mediasi memiliki nilai T-statistik sebesar 0,138. Dari hasil ini dinyatakan T-statistik tidak signifikan karena lebih kecil dari 1,96 dengan *p-value* sebesar $0,891 > 0,05$. Dilihat dari hasil pengujian H3 menunjukkan bahwa kontrol yang dipersepsikan terhadap pembelian impulsif memiliki hubungan yang signifikan (T-statistik $2,036 > 1,96$ dengan *p-value* $0,042 < 0,05$) sehingga peran mediasi dalam penelitian ini tidak ada efek mediasi, hanya ada efek langsung.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H1, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan pembelian impulsif masyarakat. Hasil ini sesuai dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yaitu Ahmed et al., (2020)

bahwa COVID-19 secara signifikan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif meningkat tajam dikarenakan ketakutan akan lockdown, kelangkaan produk penting di rak, pasokan barang-barang penting yang terbatas, dan pembelian panik. Selain itu, hasil penelitian dari Gupta et al., (2021) menunjukkan pandemi COVID-19 memiliki dampak signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dikarenakan persepsi konsumen tentang terbatasnya pasokan barang-barang kebutuhan pokok, ketakutan akan diberlakukannya lockdown, dan kontrol pemerintah yang dilakukan dalam bentuk lockdown dan social distancing. Hasil yang sama juga didapatkan pada penelitian yang dilakukan di Manokwari. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketika masyarakat di Manokwari merasakan dampak dari tingkat keparahan pandemi yang dirasakan membuat masyarakat cenderung membeli secara impulsif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H2, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kontrol yang dipersepsikan masyarakat. Hasil ini tidak sesuai dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yaitu Wang et al., (2021) menjelaskan bahwa pandemi COVID-19 telah mengubah lingkungan masyarakat dan meningkatkan ketidakpastian pada masyarakat, hal ini menyebabkan kurangnya kontrol dan kecemasan pada masyarakat. Dengan demikian, perubahan lingkungan dan ketidakpastian yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 kepada masyarakat telah menyebabkan hilangnya kendali. Hasil dari penelitian yang dilakukan di Manokwari ini menunjukkan bahwa ketika masyarakat di Manokwari merasakan dampak dari tingkat keparahan pandemi yang dirasakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kontrol yang dipersepsikan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H3, kontrol yang dipersepsikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif masyarakat. Hasil ini sesuai dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yaitu Wang et al., (2021) menjelaskan bahwa pandemi COVID-19 telah mengubah lingkungan masyarakat dan meningkatkan ketidakpastian pada masyarakat, hal ini menyebabkan kurangnya kontrol dan kecemasan sehingga memicu pembelian impulsif pada masyarakat. Selanjutnya penelitian Sun et al., (2021) menunjukkan bahwa kurangnya kontrol mempengaruhi perilaku pembelian individu dan pola pembelian, terutama pembelian impulsif. Ini karena pembelian impulsif dapat memuaskan kebutuhan psikologis individu untuk mengimbangi rasa kontrol yang

dipersepsikan individu. Hasil dari penelitian yang dilakukan di Manokwari ini menunjukkan bahwa ketika masyarakat di Manokwari merasakan kurangnya kontrol yang dipersepsikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H4, orientasi materialisme konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan pembelian impulsif masyarakat. Hasil ini sesuai dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yaitu Badgaiyan dan Verma (2014) menunjukkan bahwa materialisme memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perilaku pembelian impulsif. Selain itu, hasil penelitian dari Moran et al., (2015) membuktikan materialisme memainkan peran penting dalam perilaku pembelian impulsif, terutama di kalangan konsumen anak muda, yang memiliki kesenjangan yang lebih besar antara diri individu yang sebenarnya dan ideal dan lebih cenderung untuk membeli untuk memperkuat citra individu dan memvalidasi konsep diri individu. Hasil yang sama juga didapatkan pada penelitian yang dilakukan di Manokwari. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketika masyarakat di Manokwari memiliki orientasi materialisme berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H5, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap tingkat materialisme masyarakat. Hasil ini tidak sesuai dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yaitu Song et al., (2020) menunjukkan bahwa ancaman kematian berhubungan positif dengan perilaku materialisme. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan penelitian Jiang et al., (2021) dimana selama pandemi COVID-19 berdampak pada respons emosional individu terhadap bencana. Efek dari bencana mungkin tergantung pada emosi yang telah dipicu, seperti kecemasan yang disebabkan oleh ancaman kematian yang dirasakan. Ancaman kematian yang dirasakan masyarakat ini membuat perilaku materialisme masyarakat semakin meningkat. Hasil dari penelitian yang dilakukan di Manokwari ini menunjukkan bahwa ketika masyarakat di Manokwari merasakan tingkat keparahan pandemi yang dirasakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat materialisme masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H6, kontrol yang dipersepsikan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap tingkat materialisme masyarakat. Hasil ini tidak sesuai dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yaitu Thyroff dan Siemens (2018) menunjukkan bahwa kontrol yang dirasakan memiliki hubungan antara ketergantungan

material dan kualitas hidup seseorang. Orang dengan kontrol yang dirasakan rendah memiliki kecenderungan materialistis yang tinggi. Hasil dari penelitian yang dilakukan di Manokwari ini menunjukkan bahwa kontrol yang dipersepsikan masyarakat di Manokwari tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat materialisme masyarakat.

Page | - 175 -

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H7, materialisme memiliki pengaruh mediasi yang tidak signifikan terhadap kontrol yang dipersepsikan pada pembelian impulsif masyarakat. Dilihat dari hasil pengujian H3 menunjukkan bahwa kontrol yang dipersepsikan berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif sehingga peran mediasi dalam penelitian ini tidak ada efek mediasi, hanya ada efek langsung. Hasil ini tidak sesuai dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yaitu Li et al., (2020) bahwa materialisme memainkan peran mediasi antara keparahan pandemi dan konsumsi impulsif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dan dianalisis pada bab empat diatas, berikut kesimpulan yang dapat diambil. Pertama, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan dalam penelitian ini ditemukan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Kedua, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan dalam penelitian ini ditemukan tidak memberikan dampak pada kontrol yang dipersepsikan. Sedangkan, kontrol yang dipersepsikan dalam penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Keimpulan keempat adalah materialisme memberikan pengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. Lebih lanjut, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan dalam penelitian ini ditemukan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap materialisme. Demikian pula, kontrol yang dipersepsikan dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh pada materialisme. Keimpulan terakhir, materialisme tidak memediasi pengaruh terhadap kontrol yang dipersepsikan pada pembelian impulsif, namun terdapat pengaruh langsung antara kontrol yang dipersepsikan terhadap pembelian impulsif, maka tidak ada efek mediasi, hanya efek langsung.

REKOMENDASI

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Manokwari, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif masyarakat. Dorongan pembelian impulsif yang dimotivasi oleh tingkat keparahan pandemi yang dirasakan ini dikarenakan masyarakat merasa terdorong untuk membeli beberapa produk yang tidak

direncanakan sebelumnya. Oleh karena itu, pemerintah harus menginformasikan kepada masyarakat untuk membeli produk mana yang benar-benar diperlukan masyarakat untuk menghadapi pandemi dan mana yang tidak diperlukan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Manokwari, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kontrol yang dipersepsikan. Masyarakat merasa kumulatif kasus COVID-19 mengalami peningkatan tetapi masyarakat masih dapat mengendalikan kontrol yang dipersepsikan. Dalam hal ini, pemerintah dapat terus mengupayakan berbagai cara untuk mempertahankan rasa kontrol masyarakat, seperti dengan mensosialisasikan cara yang efektif untuk menghadapi situasi pandemi yang berlangsung.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Manokwari, kontrol yang dipersepsikan berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. Hal ini dikarenakan masyarakat merasa pandemi COVID-19 menciptakan lingkungan dengan ketidakpastian yang tinggi, sehingga mereka merasa tidak memiliki kendali dan akibatnya masyarakat tidak dapat mengontrol diri ketika memiliki dorongan untuk segera memiliki atau membeli produk ketika mereka melihatnya yang menimbulkan perilaku pembelian impulsif. Oleh karena itu, diharapkan pemerintah dapat meningkatkan persepsi kontrol masyarakat. Pemerintah dapat menerapkan langkah-langkah untuk mengatur dan mengendalikan keadaan darurat atau pandemi yang sedang berlangsung, yang menciptakan perspektif bahwa dampak dari pandemi yang sedang berlangsung ini sedang dikendalikan dan ditangani dengan tepat.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Manokwari, materialisme berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. Hal ini dikarenakan masyarakat merasa akan lebih bahagia jika mereka mampu membeli banyak barang sehingga menimbulkan perilaku pembelian impulsif. Dari perilaku pembelian impulsif dan berlebihan ini dapat membuat kelangkaan produk selama pandemi berlangsung. Oleh karena itu, pemerintah harus membimbing masyarakat untuk mengontrol perilaku pembelian impulsif sekaligus meningkatkan pasokan pasar.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Manokwari, tingkat keparahan pandemi yang dirasakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap materialisme. Hal ini dikarenakan masyarakat merasa kumulatif kasus COVID-19 mengalami peningkatan sehingga masyarakat tidak memiliki kecenderungan materialisme seperti dengan membeli barang yang dimana

hanya akan memberi kesenangan tersendiri. Dalam hal ini pemerintah dapat menghimbau dan mengorganisir masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan sukarela atau menyumbangkan sebagian barang yang dimiliki masyarakat kepada mereka yang membutuhkan, ketimbang masyarakat membeli suatu barang hanya untuk kesenangan tersendiri.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Manokwari, kontrol yang dipersepsikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap materialisme. Hal ini dikarenakan masyarakat merasa pandemi COVID-19 menciptakan lingkungan dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi, sehingga masyarakat merasa tidak memiliki kendali dan masyarakat tidak memiliki kecenderungan materialisme. Dalam hal ini pemerintah dapat meningkatkan kontrol yang dipersepsikan masyarakat agar masyarakat tidak kehilangan kendali selama pandemi yang berlangsung yang akan menimbulkan kecenderungan materialistis masyarakat.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Manokwari ini juga dapat memberikan implikasi bagi pelaku usaha. Konsumen memiliki kebutuhan psikologis yang kuat untuk barang-barang seperti produk medis dan perawatan kesehatan, makanan, dan konsumsi sehari-hari. Oleh karena itu, pelaku usaha yang menyediakan barang dan jasa tersebut harus menjamin sepenuhnya pasokan pasar selama berlangsungnya pandemi COVID-19

Penelitian ini juga memiliki beberapa kelemahan, yaitu dalam penelitian ini, indikator dari variabel tingkat keparahan pandemi yang dirasakan tidak mengacu pada penelitian terdahulu. Indikator yang digunakan berbasis persepsi responden saja. Kedua, dalam penelitian ini *standard loading factor* dibawah syarat dari SmartPLS yaitu 0,6 sebagai *cut-off point*.

Oleh karena itu, disaran untuk penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan data sekunder dari institusi pemerintah mengenai level keparahan pandemi di suatu daerah, dan bukan menggunakan persepsi responden saja. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan *cut-off point* 0,7 sesuai dengan yang disyaratkan dari SmartPLS.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmed, R.R. *et al.* (2020) "The COVID-19 pandemic and the antecedents for the impulse buying behavior of US citizens," *Journal of Competitiveness*, 12(3), hal. 5–27. doi:10.7441/joc.2020.03.01.
- Badgaiyan, A.J. dan Verma, A. (2014) "Intrinsic factors affecting impulsive buying behaviour-

- evidence from india,” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4). doi:10.1016/j.jretconser.2014.04.003.
- Frances, M. (2020) “Coronavirus panic: Why are people stockpiling toilet paper?,” *Bbc News* [Preprint]. Tersedia pada: <https://www.bbc.com/news/world-australia-51731422>.
- Gupta, R., Nair, K. dan Radhakrishnan, L. (2021) “Impact of COVID-19 crisis on stocking and impulse buying behaviour of consumers,” *International Journal of Social Economics*, 48(12), hal. 1794–1809. doi:10.1108/IJSE-03-2021-0163.
- Jiang, D. et al. (2021) “Do people become more or less materialistic during disasters? The mediating roles of mortality salience and gratitude,” *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16). doi:10.3390/ijerph18168566.
- Li, M. et al. (2020) “How does a public health emergency motivate people’s impulsive consumption? An empirical study during the covid-19 outbreak in china,” *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14). doi:10.3390/ijerph17145019.
- Moran, B., Bryant, M.A.L. dan Kwak, L.E. (2015) *Effect of Stress, Materialism and External Stimuli on Online Impulse Buying* AUTHORS, jrconsumers.com.
- Satgas Covid-19 (2020) “Peta Sebaran Covid-19,” *Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19*, hal. 1–7. Tersedia pada: <https://covid19.go.id/peta-sebaran>.
- Septila, R. dan Aprila, E.D. (2017) “Impulse Buying Pada Mahasiswa di Banda Aceh,” *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2), hal. 170–183.
- Song, W. et al. (2020) “Will buying follow others ease their threat of death? An analysis of consumer data during the period of COVID-19 in China,” *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(9). doi:10.3390/ijerph17093215.
- Sun, G. et al. (2021) “The Influence of Face Loss on Impulse Buying: An Experimental Study,” *Frontiers in Psychology*, 12(July). doi:10.3389/fpsyg.2021.700664.
- Thyroff, A., Siemens, J. dan McAlexander, B. (2018) “The influence of material reliance, personal control, and expectations on quality of life during consumers’ life transitions,” *Journal of Consumer Marketing*, 35(7), hal. 743–753. doi:10.1108/JCM-02-2017-2078.
- Wang, S. et al. (2021) “Effect of the covid-19 pandemic on consumers’ impulse buying: The moderating role of moderate thinking,” *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(21). doi:10.3390/ijerph18211116.

Zhang, K.Z.K. *et al.* (2018) "Online reviews and impulse buying behavior: the role of browsing and impulsiveness," *Internet Research*, 28(3), hal. 522–543.
doi:10.1108/IntR-12-2016-0377.