



## ***Attachment Style* pada Individu yang Mengalami *Shopping Addiction*: Pendekatan Deskriptif Kuantitatif**

**Lifsha Zulvia**

Universitas Negeri Padang, Indonesia

Alamat: Jln. Prof. Dr Hamka, Air Tawar, Padang, Sumatera Barat

Korespondensi penulis: [lifshazlfa@gmail.com](mailto:lifshazlfa@gmail.com)

**Abstract.** *The phenomenon of shopping addiction has increasingly attracted attention in the field of psychology, alongside the rapid growth of technology and e-commerce. Shopping addiction is characterized by compulsive, impulsive, and repetitive buying behavior, even when individuals are aware of its negative consequences. This study aims to describe the attachment styles among individuals experiencing shopping addiction using a descriptive quantitative approach. The subjects consisted of 11 university students aged 18–21 years, selected through incidental sampling based on specific shopping addiction criteria. Data were collected using a questionnaire measuring attachment styles grounded in Bowlby's and Ainsworth's theories. The findings revealed that all subjects exhibited a secure attachment style. This result contrasts with previous theories suggesting that shopping addiction is more commonly associated with insecure attachment. The findings suggest that other factors, such as social conditions, personality traits, and environmental influences, may also contribute to the development of shopping addiction in individuals with secure attachment. This study offers new insights into the relationship between attachment styles and shopping addiction behavior among university students.*

**Keywords:** *Attachment Style, College Students, Shopping Addiction.*

**Abstrak.** Fenomena shopping addiction semakin mendapat perhatian dalam bidang psikologi, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan e-commerce. Shopping addiction didefinisikan sebagai perilaku membeli yang kompulsif, impulsif, dan berulang meskipun menyadari dampak negatifnya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan attachment style pada individu yang mengalami shopping addiction dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Subjek penelitian berjumlah 11 mahasiswa berusia 18–21 tahun yang dipilih menggunakan teknik incidental sampling berdasarkan kriteria shopping addiction. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner attachment style berdasarkan teori Bowlby dan Ainsworth. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh subjek memiliki tipe secure attachment. Temuan ini berbeda dengan teori sebelumnya yang menyatakan bahwa shopping addiction lebih umum terjadi pada individu dengan insecure attachment. Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor lain, seperti kondisi sosial, kepribadian, dan lingkungan, juga dapat berperan dalam munculnya shopping addiction pada individu dengan secure attachment. Penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai hubungan attachment style dan perilaku adiksi belanja di kalangan mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Attachment Style, Mahasiswa, Shopping Addiction.*

### **1. LATAR BELAKANG**

Kemajuan zaman seperti bertambahnya mall dan teknologi terutama dalam bidang media massa membawa perubahan yang pesat dalam kehidupan masyarakat. Hal ini secara tidak langsung dapat memengaruhi diri individu, contohnya dalam perilaku membeli. Nominal transaksi e-commerce tumbuh sebesar 4,99 % dan kemudian volume penjualan melalui e-commerce pada Oktober 2023 adalah 361,54 juta transaksi (Putri. 2023. CNBC Indonesia, 15 Maret 2024). Hal ini secara tidak langsung dapat memicu munculnya perilaku shopping addiction.

Fenomena shopping addiction telah menjadi perhatian yang semakin meningkat dalam bidang psikologi. Shopping addiction atau kecanduan belanja adalah kondisi di mana individu mengalami dorongan yang kuat dan sulit dikendalikan untuk melakukan pembelian secara berlebihan dan impulsif, bahkan ketika dampak negatifnya sudah terlihat jelas. Menurut Edward (dalam Jumanto, Richma, & Agung, 2023) shopping addiction merupakan perilaku maladaptif yang menitikberatkan pada suatu kesenangan ketika berbelanja dan hal tersebut terjadi secara berulang. Selain itu, menurut Muller (dalam Jumanto dkk, 2023) perilaku belanja kompulsif atau shopping addiction adalah kondisi dimana individu secara terus-menerus membeli barang secara berlebihan tanpa terkendali. Meskipun mereka menyadari adanya konsekuensi buruk seperti masalah psikologis, sosial, pekerjaan, dan keuangan yang serius, akan tetapi mereka tetap melakukan pembelian tanpa bisa mengontrol dorongan tersebut.

Individu yang mengalami shopping addiction memiliki suatu kesenangan ketika melakukan belanja. Kesenangan yang dialami oleh individu sangat nikmat dan hal tersebut dilakukan ketika menghadapi emosi negatif dan kesulitan yang dialami dalam hidup, sehingga berbelanja dianggap sebagai sebagai cara paling efektif untuk mengatasinya (Moeljosoedjono, 2008). Menurut Edwards (1993) selain kesenangan, kondisi sosial, lingkungan, kepribadian, dan pola komunikasi dalam keluarga juga mempunyai hubungan dengan shopping addiction. Perilaku shopping addiction apabila tidak ditangani akan mengakibatkan dampak negatif seperti hutang yang berlebihan, masalah keuangan, bahkan bisa merusak kehidupan individu.

Attachment style merupakan suatu keterikatan anak dengan ibu atau figur utama ketika masih kecil. Attachment style adalah suatu gambaran yang membantu dalam memahami bagaimana pengalaman awal (early attachment) individu dalam membentuk ikatan emosional yang memiliki dampak penting yang berkelanjutan dalam kehidupan dewasa (Ainsworth, dalam Moeljosoedjono, 2008). Menurut Cassidy (1999) keterikatan awal individu dengan orang tua adalah dasar dalam mempelajari dan memahami regulasi emosi, sehingga kurangnya pengembangan regulasi emosi individu sejak masa kanak-kanak dapat menyebabkan individu tersebut rentan terkena perilaku adiktif saat dewasa.

Menurut Ainsworth dan Bowlby (dalam Moeljosoedjono, 2008) terdapat 2 bentuk attachment yaitu secure dan insecure attachment. Individu yang mengalami secure attachment pada masa kecil akan membentuk mental yang sehat dan membantunya dalam mendapatkan apa yang ia butuhkan ketika dewasa. Sedangkan individu yang pada masa kecilnya mengalami insecure attachment akan mengalami kesulitan dalam mengeluarkan emosi yang ada dalam dirinya. Anak yang diabaikan dan kurang mendapat perhatian dari orang tua, sehingga ia merasa kesepian dan menggunakan mainan untuk mengatasi perasaan tersebut. Individu

dewasa yang pada masa kecilnya mengandalkan barang-barang materi untuk dukungan emosional cenderung mengembangkan shopping addiction karena menghadapi perasaan negatif yang dialami pada masa kecil. Mereka cenderung menghindari masalah dalam kehidupan sehari-hari dengan berbelanja dan menggunakan belanja sebagai pengganti untuk mengatasi masalah tersebut.

Attachment style menjelaskan dampak dari keterikatan awal (early attachment) individu, harapan individu terhadap orang tua dan orang sekitarnya, serta kemampuan untuk membangun hubungan yang dekat maka attachment style secara tidak langsung terkait dengan dukungan sosial. Individu dengan secure attachment cenderung mencari dukungan sosial untuk mengatasi stress emosional yang dialaminya, sementara individu dengan insecure attachment (avoidant, ambivalent, dan disorganized) cenderung mencari pelarian seperti penggunaan alkohol, obat-obatan, dan perilaku adiksi lain untuk mengatasi emosi negatif yang sedang dialami.

Peneliti melakukan wawancara dengan dua subjek. Berdasarkan hasil wawancara, subjek pertama cenderung membeli barang secara impulsif tanpa pertimbangan yang matang terutama saat melihat barang di aplikasi belanja, seperti album K-pop dan alat tulis. Subjek juga terkadang membeli banyak buku meskipun tidak begitu berminat untuk membacanya dan seringkali merasa menyesal setelahnya. Meskipun menyadari dampaknya, subjek tetap melakukannya sebagai cara untuk mengurangi stress. Ketika uang subjek tidak mencukupi untuk membeli barang, subjek sering menggunakan paylater di sebuah aplikasi yang menyebabkan uang bulanan dari orang tua habis untuk membayar hutang tersebut. Subjek terkadang berbohong kepada orang tua untuk mendapatkan uang dengan alasan untuk keperluan kuliah.

Subjek kedua juga memiliki kebiasaan berbelanja barang secara impulsif terutama melalui platform e-commerce, tanpa mempertimbangkan dengan cermat kebutuhan atau manfaat dari barang yang dibelinya. Barang-barang yang sering dibelinya adalah peralatan kecantikan, meskipun barang tersebut tidak digunakan karena subjek menganggapnya sebagai barang yang unik dan menarik. Kebiasaan ini sering muncul saat subjek merasa stres atau bosan. Bahkan saat berbelanja secara langsung di toko kosmetik, subjek hanya ingin membeli satu barang namun, subjek seringkali tergoda untuk membeli barang lain seperti serum atau lotion tubuh meskipun barang tersebut sudah dimiliki oleh subjek. Selain itu, setiap membuka aplikasi e-commerce subjek sering tertarik untuk membeli barang yang dianggap lucu dan unik. Bahkan ketika keuangan subjek tidak mencukupi, subjek meminta uang lebih kepada orang

tuanya dengan alasan lain, namun sebenarnya digunakan untuk berbelanja barang-barang yang diinginkannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Andini & Suhana (2020) dimana attachment style memiliki pengaruh yang positif pada individu yang mengalami adiksi perilaku. Pelaku adiksi didominasi oleh avoidant attachment yang mana tipe attachment ini merupakan bagian dari insecure attachment. Berdasarkan pemaparan data diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut karena masih kurangnya fenomena mengenai attachment style terutama pada individu yang mengalami shopping addiction. Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana attachment style terkait dengan shopping addiction dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “bagaimana attachment style pada individu yang mengalami adiksi belanja (shopping addiction)?”

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Menurut Bowlby (1969) *attachment* merupakan hubungan antara individu dengan objek tertentu yang mencerminkan karakteristik relasi yang khas. *Attachment* ini berlangsung sepanjang hidup manusia, dimulai dengan kelekatan anak pada ibu atau figur pengganti ibu. Menurut Ainsworth (dalam Ikrima & Khoirunnisa, 2021) *attachment* merupakan hubungan emosional yang terbentuk antara individu dan orang lain dengan cara yang spesifik, yang mengikat mereka dalam ikatan yang bertahan sepanjang waktu.

Menurut Bartholomew dan Horowitz (1991) *attachment style* merupakan tingkat kenyamanan yang dirasakan seseorang dalam memberi asuhan yang dapat memengaruhi perilaku interpersonal anak secara positif ataupun negatif selama hidupnya. Menurut Syukmawati (2014) *attachment style* merupakan hubungan secara emosional antar individu yang bertahan dalam jangka waktu yang lama terhadap figur tertentu. Misalnya orang tua, dimana seseorang menginginkan rasa bahagia, kenyamanan, serta keamanan. Sedangkan menurut Mc Cartney dan Dearing (dalam Nadia, 2019) mendefenisikan *attachment* merupakan suatu hubungan atau ikatan emosional yang kuat yang dikembangkan anak melalui interaksi dengan orang yang bermakna didalam hidupnya, biasanya orang tua.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *attachment style* merupakan gaya keterikatan antara anak dengan pengasuh/orang tua yang membentuk interaksi dan reaksi emosional yang baik bagi anak dengan adanya keinginan untuk merasa aman, nyaman, senang dan umumnya terbentuk sejak kecil. Hal ini memengaruhi perilaku interpersonal anak, baik itu secara positif maupun negatif sepanjang hidupnya.

### **Aspek-Aspek Attachment Style**

Menurut Ainsworth dan Bowlby (dalam Moeljosoedjono, 2008) attachment style dikategorikan menjadi dua diantaranya yaitu:

#### 1) Secure Attachment

Secure attachment merupakan kondisi di mana anak merasa aman dan percaya pada kehadiran dan responsif pengasuhnya. Hal ini memungkinkan anak untuk mengeksplorasi dunia dengan percaya diri, karena mereka tahu bahwa mereka dapat mengandalkan pengasuh mereka untuk kenyamanan dan keamanan saat dibutuhkan. Ini membantu anak dalam belajar tentang lingkungan mereka dan memperluas pengetahuan mereka, karena mereka tahu bahwa mereka memiliki dukungan saat menghadapi kesulitan. Perlakuan hangat, konsisten, dan responsif dari pengasuh akan membentuk secure attachment. Ketika sudah dewasa anak kepribadian secure cenderung lebih mudah mengungkapkan kekurangan diri dan mengingat masa kecil yang menyenangkan. Dengan kata lain, individu yang mendapatkan secure attachment merupakan individu yang percaya diri, optimis, serta mampu membina hubungan dekat dengan orang lain

#### 2) Insecure Attachment

Anak dengan insecure attachment tidak merasa aman dan nyaman karena kurangnya konsistensi dan perhatian dari pengasuh saat merasa terancam. Mereka tidak mendapatkan perhatian yang memadai saat membutuhkannya, yang dapat membuat mereka cemas dan takut akan ketidakterediaan pengasuh atau respon yang tidak efektif. Bowlby (dalam Cassidy, 1999) mengatakan bahwa hal ini bisa menyebabkan mereka merasa marah terhadap pengasuh karena kurangnya responsifitasnya, hal ini mungkin digambarkan sebagai upaya untuk mendorong pengasuh untuk menjadi lebih responsif.

Attachment yang dialami seseorang pada masa kecilnya akan memengaruhi kepribadiannya saat dewasa. Anak dengan kepribadian insecure dimasa depannya cenderung kesulitan mengungkapkan kekurangan dalam dirinya di masa dewasa. Mereka juga cenderung lebih mengingat memori yang tidak menyenangkan dari masa kecil mereka. Dengan kata lain, individu yang mendapatkan insecure attachment merupakan individu yang menarik diri, merasa tidak nyaman dalam sebuah kedekatan, memiliki emosi yang berlebihan, dan sebisa mungkin mengurangi ketergantungan terhadap orang lain.

Terdapat tiga bentuk attachment yang tergolong dalam insecure attachment diantaranya yaitu:

a. Avoidant

Anak dengan attachment avoidant cenderung lebih tertarik pada mainan daripada berinteraksi dengan pengasuhnya. Mereka jarang menunjukkan keinginan untuk berbagi perasaan seperti tersenyum atau berbagi mainan dengan pengasuh, meskipun mereka kadang kadang membutuhkan bantuan dalam bermain. Saat berpisah mereka mungkin tidak terlalu sedih saat bersama pengasuh, namun kesedihan muncul ketika mereka sendirian. Ketika bersama orang asing, anak dengan avoidant dapat bersikap sama dengan ketika bersama pengasuh, bahkan dalam beberapa kasus mereka bisa lebih responsif terhadap orang asing. Saat kembali bertemu dengan pengasuh, mereka mungkin menunjukkan sikap acuh, menghindari kontak mata, atau bahkan melewati pengasuh tanpa berusaha mendekat. Saat diangkat oleh pengasuh, anak dengan avoidant cenderung tidak berusaha untuk mempertahankan kontak.

b. Ambivalent

Hubungan ambivalent terjadi ketika pengasuh sering bertindak tidak konsisten, kadang baik dan kadang meninggalkan anak. Anak dalam jenis hubungan ini biasanya sangat terikat pada ibunya dan merasa kurang nyaman untuk menjelajahi dunia di sekitarnya sendiri. Mereka melihat ibu sebagai tempat yang aman. Mereka biasanya mencari dekat dengan pengasuh dan merasa cemas ketika terpisah dari mereka, bahkan ketika dihadapkan pada orang asing. Ketika bersama kembali dengan pengasuh, mereka mungkin masih ingin dekat atau berkontak, tetapi tetap merasa cemas meskipun sudah mendapatkannya. Anak dengan pola hubungan ini bisa menjadi pasif, terus menangis tanpa aktif mencari kontak. Inti dari pola ini adalah dorongan untuk dekat atau berhubungan, yang sering kali ditolak setelah mereka mencoba.

c. Disorganized

Tingkah laku dan respon anak dalam disorganized attachment adalah kombinasi dari perilaku avoidant dan ambivalent. Mereka menunjukkan tingkat responsivitas yang tidak konsisten terhadap pengasuh, kadang-kadang sangat responsif tetapi juga bisa menghindar atau bahkan menunjukkan kekerasan. Bentuk disorganized attachment ini disebabkan oleh pengalaman orang tua yang bersifat menakutkan dan juga menenangkan bagi anak. Anak merasa takut dan juga merasa

nyaman dengan orang tua mereka secara bersamaan, sehingga perilaku mereka menjadi bingung dan tidak teratur.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat gambaran secure attachment, avoidant attachment, dan ambivalent attachment pada individu yang mengalami shopping addiction. Alasan tidak diteliti disorganized attachment karena pola keterikatan tersebut sangat kompleks kadang-kadang menunjukkan responsivitas yang tinggi, tetapi juga cenderung menghindar atau bahkan menunjukkan perilaku agresif terhadap anak, yang dapat berkontribusi pada terjadinya disorder pada masa mendatang.

Menurut Edwards (1993) shopping addiction merupakan suatu bentuk perilaku berbelanja secara abnormal yang dilakukan oleh konsumen dimana adanya kekuatan yang kuat, kronis, tidak terkontrol serta dorongan yang berulang untuk berbelanja. Menurut Faber dan O'Guinn (dalam Wahyuningsih & Fatmawati, 2016) mendefinisikan shopping addiction sebagai perilaku berbelanja yang dilakukan secara terus – menerus dan kronis, hal ini dijadikan sebagai respon utama dalam suatu kondisi atau perasaan negatif. Sedangkan, menurut Wijayanti (2017) shopping addiction yaitu dorongan yang tidak terkendali untuk berbelanja secara berlebihan atau secara terus-menerus, hal ini seringkali dilakukan sebagai cara untuk menghindari atau mengurangi perasaan negatif yang dirasakan seseorang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa shopping addiction merupakan kecanduan belanja yang dialami oleh seseorang yang ditandai dengan adanya keinginan untuk membeli barang– barang secara berlebihan tanpa adanya pengendalian terhadap diri.

### ***Aspek-Aspek Shopping Addiction***

Menurut Valence (dalam Wijayanti, 2017) terdapat beberapa dimensi konseptual yang berhubungan dengan shopping addiction yaitu:

#### **1) Kecenderungan untuk menghabiskan**

Merupakan keadaan dimana seseorang memiliki perilaku yang kurang terkontrol terhadap dirinya. Misalnya, disaat sudah memasuki awal bulan dan mendapatkan uang bulanan, dia cenderung untuk memikirkan apa yang harus dilakukan dengan uang tersebut, yang akhirnya memutuskan untuk melakukan belanja.

2) Reaktif aspek

Merupakan suatu keinginan yang tidak bisa ditahan untuk membeli yang memang dalam maksud untuk pengalihan dari perasaan- perasaan negatif. Biasanya perasaan ini susah untuk dikendalikan karena sudah menjadi kebiasaan bagi individu tersebut.

3) Perasaan bersalah atau menyesal setelah pembelian

Merupakan keadaan dimana ketika seseorang tidak mampu mengendalikan dorongan untuk berbelanja dan akhirnya membeli barang hanya karena didorong oleh keinginan tanpa pertimbangan matang, hal tersebut sering kali berujung pada rasa kecewa terhadap barang yang dibeli dengan beragam alasan yang mungkin timbul.

### **Kriteria Individu *Shopping Addiction***

Kriteria shopping addiction seperti yang diidentifikasi oleh Verplanken & Herabadi (dalam Puspasari & Aulia, 2022), memiliki tiga ciri-ciri utama:

1) Bersifat mendadak, dilakukan dengan sedikit pertimbangan dan perencanaan sebelumnya

Orang yang terpengaruh oleh shopping addiction cenderung membuat keputusan belanja secara impulsif. Mereka seringkali tidak mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari pembelian mereka atau bahkan tidak memikirkan apakah barang yang dibeli itu benar benar diperlukan. Pembelian bisa terjadi tanpa rencana yang matang, seperti ketika seseorang masuk ke toko hanya untuk "mencari-cari" tetapi akhirnya keluar dengan sejumlah barang yang tidak direncanakan sebelumnya.

2) Keterlibatan emosional dan psikologis tinggi, sangat menginginkan barang tertentu

Individu yang mengalami shopping addiction sering kali terikat secara emosional dan psikologis dengan proses berbelanja dan barang-barang yang mereka beli. Mereka mungkin merasa sangat terikat secara emosional dengan produk atau merasa perlu memiliki barang-barang tertentu untuk memenuhi kebutuhan emosional mereka. Hal ini bisa muncul sebagai respons terhadap stres, kecemasan, atau kebutuhan untuk merasa diakui oleh orang lain melalui kepemilikan barang-barang tertentu.

3) Keinginan begitu kuat sehingga mengabaikan kendala dan konsekuensi keuangan

Salah satu ciri khas dari shopping addiction adalah dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja, bahkan jika itu berarti mengabaikan kendala finansial yang jelas. Orang yang terpengaruh mungkin mengabaikan fakta bahwa mereka tidak mampu

membeli barang-barang tersebut atau bahwa pembelian berlebihan mereka akan mengakibatkan utang yang signifikan. Mereka mungkin merasa dorongan yang kuat untuk berbelanja melebihi kekhawatiran tentang keuangan mereka, dan ini dapat menyebabkan masalah finansial yang serius dalam jangka panjang.

### **Tingkatan *Shopping Addiction***

Menurut Edwards (1993) terdapat beberapa tingkatan dalam shopping addiction ini yaitu:

1) Non-Compulsive Level

Artinya, konsumen dengan tingkat berbelanja ini diasumsikan bahwa mereka berbelanja sesuai kebutuhan atau yang diperlukan saja.

2) Recreational Spending Level

Artinya, konsumen dengan tingkat berbelanja ini berbelanja hanya terkadang saja atau pada waktu tertentu dengan tujuan melakukan berbelanja untuk menghilangkan stres atau untuk merayakan sesuatu.

3) Low (Borderline) Level

Artinya, konsumen dengan tingkat berbelanja ini merupakan seseorang yang berada di antara recreational (menghibur) diri dan kompulsif atau menghamburkan uang.

4) Medium (Compulsive) Level

Artinya, konsumen dengan tingkat berbelanja ini sebagian besar berbelanja untuk menghilangkan kecemasan.

5) High (Addicted) Level

Artinya sama dengan tingkat kompulsif, pada tingkatan ini juga konsumen berbelanja sebagian besar untuk menghilangkan kecemasan. Namun, pada tingkat ketergantungan ini, konsumen menunjukkan perilaku berbelanja yang ekstrem, yang menyebabkan kesulitan atau gangguan yang signifikan dalam kehidupan sehari-harinya.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Arikunto (2006), penelitian deskriptif tidak bertujuan untuk menguji hipotesis spesifik, melainkan hanya untuk menggambarkan secara obyektif tentang suatu variabel tanpa mengambil kesimpulan terhadap hubungan sebab-akibat. Penelitian kuantitatif

menekankan pada penggunaan angka dalam setiap tahap, mulai dari pengumpulan data hingga interpretasi dan penyajian hasil. Dengan demikian, penelitian deskriptif kuantitatif dalam konteks ini bertujuan untuk menyajikan deskripsi yang akurat menggunakan angka tentang objek yang diteliti, serta menarik kesimpulan berdasarkan fenomena yang diamati selama penelitian berlangsung. Dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel yaitu attachment style.

Menurut Arikunto (2006) populasi merupakan keseluruhan subjek yang menjadi fokus suatu penelitian. Populasi adalah suatu generalisasi yang terdiri dari subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa UNP Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan sampel yang merupakan perwakilan dari populasi yang akan diambil oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan non-probability sampling. Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan peneliti adalah incidental sampling. Incidental sampling adalah teknik penentuan sampel yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dalam populasi tersebut dan dapat dijadikan sampel jika orang tersebut cocok dengan kriteria penelitian (Sugiyono, 2007). Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini sesuai dengan kriteria shopping addiction yang diidentifikasi oleh Verplanken & Herabadi (dalam Puspasari & Aulia, 2022), yaitu:

- 1) Bersifat mendadak, dilakukan dengan sedikit pertimbangan dan perencanaan sebelumnya
- 2) Keterlibatan emosional dan psikologis tinggi, sangat menginginkan barang tertentu
- 3) Keinginan begitu kuat sehingga mengabaikan kendala dan konsekuensi keuangan

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu skala Likert dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 25 item yang berkaitan dengan kualitas attachment dengan orang tua di masa kecil. Adapun untuk mengukur kualitas attachment dengan orangtua di masa kecil digunakan teori dari Bowlby (dalam Collin, 1996) dan teori Ainsworth (dalam Santrock, 2002) sebagai landasan teori dalam pembuatan alat ukur ini. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengklasifikasikan individu ke dalam tiga dimensi attachment yang meliputi dimensi secure (aman), avoidant (menghindar), dan ambivalent (ambivalen). Kuesioner ini dirancang untuk mengidentifikasi pola-pola hubungan ikatan yang berkembang antara individu dengan figur orang tua atau pengasuh pada masa kecilnya, sehingga memungkinkan untuk menilai sejauh mana individu merasakan keamanan, keterlibatan yang sehat, atau perilaku menghindar dalam hubungan interpersonal.

Kuesioner ini menggunakan skala Likert yang terdiri dari enam pilihan, yakni "sangat tidak sesuai", "tidak sesuai", "agak tidak sesuai", "agak sesuai", "sesuai", dan "sangat sesuai". Skor yang diberikan oleh responden untuk setiap pertanyaan akan dinilai sesuai dengan pilihan yang mereka pilih, di mana jawaban yang lebih sesuai dengan dimensi attachment yang diamati akan diberikan skor yang lebih tinggi. Skoring jawaban tersebut kemudian akan digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasi tingkat attachment pada dimensi yang diteliti.

Alat ukur untuk penelitian ini menggunakan alat ukur dari Hamanda Kesumaratih Moeljosoedjono yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil analisis didapatkan bahwa nilai reliabilitas sebesar 0,695. Menurut Aiken (2006) Suatu alat ukur yang baik memiliki nilai reliabilitas minimal 0,6 dan memiliki item total correlationnya 0,2.

**Tabel 1**

Dimensi	Nomor item	Reliabilitas	Item total correlation
<i>Secure</i>	1,6,7,10,15,16,19,20,25	0,841	0,301 – 0,473
<i>Ambivalent</i>	2,4,9,12,17,21,22,24	0,622	0,215 – 0,352
<i>Avoidant</i>	3,5,8,11,13,14,18,23	0,839	0,210 – 0,53

Adapun contoh item-item sebagai berikut:

- 1) *Secure* : Orangtua saya memahami dan menerima kekurangan-kekurangan saya
- 2) *Ambivalent* : Kecemasan saya akan hilang jika orangtua saya ada
- 3) *Avoidant* : Orangtua saya jarang menghabiskan waktu bersama saya

Adapun pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut: Untuk analisis data kontrol dan skor total dari setiap kuesioner akan dilakukan dengan metode statistik deskriptif, peneliti menggunakan Microsoft excel 2016 untuk mengolah data kuesioner subjek.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

**Tabel 2. Demografi berdasarkan jenis kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	2
Perempuan	9

Berdasarkan tabel diatas, subjek shopping addiction dalam penelitian ini terdiri dari 2 orang berjenis kelamin laki-laki dan 9 orang berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 3. Demografi berdasarkan usia**

Usia	Jumlah
18 tahun	1
19 tahun	3
20 tahun	3
21 tahun	4

Berdasarkan tabel demografi usia diatas, subjek shopping addiction pada penelitian ini terdiri dari berbagai rentang usia mulai dari usia 18 tahun berjumlah 1 orang, 19 tahun berjumlah 3 orang, 20 tahun berjumlah 3 orang, dan yang berusia 21 tahun berjumlah 4 orang.

**Tabel 4. Gambaran attachment style subjek**

Inisial	Skor Attachment Style			Tertinggi
	Secure	Ambivalent	Avoidant	
UD	48	21	11	Secure
APW	36	25	26	Secure
SAK	44	22	17	Secure
AAN	32	29	30	Secure
DI	37	22	24	Secure
CRY	50	30	11	Secure
ASM	38	30	26	Secure
APFS	52	21	9	Secure
FK	39	15	13	Secure
KP	44	23	16	Secure
NRH	30	27	25	Secure

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 11 orang, dan berusia 18-21 tahun. Secara keseluruhan subjek merupakan mahasiswa, sebanyak 2 orang berjenis kelamin laki-laki dan 9 orang berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan tabel gambaran attachment style diatas, 100% dari subjek mempunyai jenis attachment style yaitu secure attachment.

## Pembahasan

Dari tabel hasil di atas menunjukkan skor yang diperoleh masing-masing subjek pada tiga jenis gaya keterikatan: secure, ambivalent, dan avoidant. Skor tertinggi untuk semua subjek berada pada secure attachment, yang menunjukkan bahwa para subjek cenderung memiliki hubungan interpersonal yang sehat dan stabil. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam rentang usia 18-21 tahun yang menjadi subjek penelitian cenderung memiliki pengalaman awal yang positif dengan pengasuh mereka, yang berkontribusi pada perkembangan secure attachment. Pengalaman-pengalaman awal ini mencakup responsivitas pengasuh terhadap kebutuhan emosional dan fisik anak, konsistensi dalam pengasuhan, dan iklim keluarga yang mendukung.

Pada teori yang dikemukakan oleh Bowlby (1969) menyatakan bahwa individu dengan secure attachment style cenderung memiliki hubungan yang sehat dan stabil, serta kemampuan untuk mengelola stres dengan baik. Secara teoritis, secure attachment biasanya dihubungkan dengan hasil psikologis yang positif, seperti regulasi emosi yang baik dan kemampuan mengatasi masalah dengan cara yang adaptif. Sedangkan individu yang pada masa kecilnya mengalami insecure attachment akan mengalami kesulitan dalam mengeluarkan emosi yang ada dalam dirinya. Anak yang diabaikan dan kurang mendapat perhatian dari orang tua, sehingga ia merasa kesepian dan menggunakan mainan untuk mengatasi perasaan tersebut. Individu dewasa yang pada masa kecilnya mengandalkan barang-barang materi untuk dukungan emosional cenderung mengembangkan shopping addiction karena menghadapi perasaan negatif yang dialami pada masa kecil. Mereka cenderung menghindari masalah dalam kehidupan sehari-hari dengan berbelanja dan menggunakan belanja sebagai pengganti untuk mengatasi masalah tersebut.

Studi sebelumnya menghubungkan insecure attachment (baik avoidant maupun ambivalent) dengan berbagai bentuk adiksi, termasuk shopping addiction. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Andini & Suhana (2020) dimana attachment style memiliki pengaruh yang pada individu yang mengalami adiksi perilaku. Pelaku adiksi didominasi oleh avoidant attachment yang mana tipe attachment ini merupakan bagian dari insecure attachment.

Hasil temuan pada penelitian ini berbeda dengan teori yang ada. Pada penelitian ini semua subjek shopping addiction memiliki jenis keterikatan secure attachment. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Moeljosoedjono (2008) kepada individu yang mengalami shopping addiction didapatkan kesimpulan sebanyak 72,2% individu dengan secure attachment, sebanyak 25,9% memiliki avoidant attachment, dan 1,9% memiliki ambivalent attachment. Maka dari itu, shopping addiction pada subjek penelitian ini mungkin disebabkan oleh faktor lain seperti kesenangan, kondisi sosial, lingkungan, dan kepribadian.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini melihat gaya keterikatan pada mahasiswa berusia 18-21 tahun. Dari tabel hasil, terlihat bahwa seluruh peserta (100%) memiliki skor tertinggi pada gaya keterikatan secure. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta cenderung memiliki hubungan interpersonal yang sehat dan stabil. Skor tinggi pada secure attachment ini mengindikasikan bahwa peserta memiliki pengalaman awal yang positif dengan pengasuh mereka, yang berkontribusi pada perkembangan gaya keterikatan yang aman. Pengalaman tersebut meliputi responsivitas

pengasuh terhadap kebutuhan emosional dan fisik anak, konsistensi dalam pengasuhan, serta iklim keluarga yang mendukung.

Temuan ini mendukung teori keterikatan yang diajukan oleh John Bowlby dan Mary Ainsworth, yang menekankan pentingnya hubungan awal antara anak dan pengasuh dalam membentuk pola keterikatan yang stabil. Penelitian ini juga konsisten dengan studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Hazan dan Shaver (1987), yang menemukan bahwa individu dengan secure attachment cenderung memiliki hubungan romantis yang lebih stabil dan memuaskan dibandingkan dengan individu yang memiliki gaya keterikatan ambivalent atau avoidant.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang menjadi peserta penelitian cenderung memiliki secure attachment, yang kemungkinan besar berasal dari pengalaman pengasuhan yang positif dan suportif. Hasil ini memperkuat pemahaman bahwa secure attachment adalah gaya keterikatan yang dominan pada individu dengan latar belakang pengasuhan yang responsif dan mendukung.

## DAFTAR REFERENSI

- Ainsworth, M. D., & Bell, S. M. (1970). Attachment, exploration, and separation: Illustrated by the behavior of one-year-olds in a strange situation. *Child Development*, 41(1), 49–67. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.1970.tb00975.x>
- Andani, S., & Suhana, S. (2020). Hubungan attachment style dengan perilaku cybersex pada pengguna whisper di Bandung. *Prosiding Psikologi*, 6(2), 214–218.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baradja, A. (2005). *Psikologi perkembangan: Tahapan-tahapan dan aspek-aspeknya*. Jakarta: Studi Press.
- Bartholomew, K., & Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 226–244. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.61.2.226>
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and loss: Volume 1. Attachment*. New York: Penguin Group.
- Cassidy, J., & Shaver, P. R. (Eds.). (1999). *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications*. New York: The Guilford Press.
- Collin, V. L. (1996). *Human attachment*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Edwards, E. A. (1993). *Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior*. Michigan: Michigan University Department.

- Hazan, C., & Shaver, P. R. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511–524. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.3.511>
- Ikrima, N., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara attachment (kelekatan) orang tua dengan kemandirian emosional pada remaja jalanan. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 37–47.
- Jumanto, A., Richma, H., & Agung, S. K. (2023). Pengaruh self-concept terhadap perilaku shopping addiction pada siswa SMAN 2 Bae Kudus. *Muria Research Guidance and Counselling Journal*, 2(1), 48–53. <https://doi.org/10.24176/mrgc.v2i1.9709>
- Moeljosoedjono, H. K. (2008). *Attachment style pada wanita yang mengalami shopping addiction* [Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Indonesia].
- Nadia, N. S. (2019). *Pengaruh self-esteem, self-regulation, attachment style terhadap adiksi smartphone pada siswa SMA* [Thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Prasetyo, Y. (2017). Gaya hidup dan shopping addiction. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 6(2), 1–8.
- Putri, R. S. (2023). Warga RI gila belanja, transaksi e-commerce tembus Rp42,2 T. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231124074807-37-491622/warga-ri-gila-belanja-transaksi-e-commerce-tembus-rp422-t>
- Santrock, J. W. (2002). *A topical approach to life-span development* (3rd ed.). USA: Brooks Cole Publishing Company.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syukmawati, Y. (2014). *Pengaruh big five personality dan attachment style terhadap agresivitas: Studi pada pelajar di SMAN 6 Jakarta* [Skripsi, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Wahyuningsih, W., & Fatmawati, I. (2016). The influence of hedonic lifestyle, shopping addiction, fashion involvement on global brand impulse buying. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 7(2), 278–300.
- Wijayanti, D. (2017). *Hubungan konsep diri dan konformitas terhadap pembelian kompulsif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang* [Disertasi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].