

PENGARUH *PERCEIVED SCARCITY* DAN *ATTITUDE TOWARD NEGATIVE E-WOM* TERHADAP *PANIC BUYING* PRODUK PREVENTIF COVID-19 DI JABODETABEK DENGAN *CONSUMER ANXIETY* SEBAGAI MEDIASI

RATNA ASIH

1707618053



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED SCARCITY AND
ATTITUDE TOWARD NEGATIVE E-WOM ON PANIC BUYING
COVID-19 PREVENTION PRODUCTS IN JABODETABEK
WITH CONSUMER ANXIETY AS MEDIATION***

RATNA ASIH

1707618053



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree Of
Education on Faculty of Economics State University Of Jakarta*

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

JAKARTA STATE UNIVERSITY




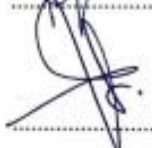
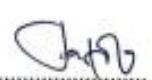
2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab
Pelaksana Tugas (Plt) Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP. 197002122008121001

| No | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|----|--|--|-----------------|
| 1 | <u>Prof. Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang) |  | 28 Agustus 2023 |
| 2 | <u>Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Penguji 1) |  | 28 Agustus 2023 |
| 3 | <u>Ika Febrilia, SE., MM</u> NIP. 198702092015042001 (Penguji 2) |  | 28 Agustus 2023 |
| 4 | <u>Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D</u> NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1) |  | 29 Agustus 2023 |
| 5 | <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M</u> NIDN. 0002038107 (Pembimbing 2) |  | 29 Agustus 2023 |

Nama : Ratna Asih
No. Registrasi : 1707618053
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan kesungguhan dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku.

Jakarta, 31 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan


Ratna Asih

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ratna Asih ratnaasih11@gmail.com

NIM 1707618029

Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis

Alamat email : ratnaasih11@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

Pengaruh *Perceived Scarcity* dan *Attitude toward Negative e-WOM* terhadap *Panic Buying*
Buying Produk Preventif COVID-19 di Jabodetabek dengan *Consumer Anxiety* sebagai Mediasi

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 September 2023

Penulis

(Ratna Asih)

ABSTRAK

Ratna Asih, 2023: Pengaruh *Perceived Scarcity* dan *Attitude toward Negative e-WOM* terhadap *Panic Buying* pada *COVID-19 Prevention Products* di Jabodetabek dengan *Consumer Anxiety* sebagai Mediasi. Skripsi, Jakarta: Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived scarcity* terhadap *panic buying*, pengaruh *attitude toward negative e-WOM* terhadap *panic buying*, pengaruh *consumer anxiety* terhadap *panic buying*, pengaruh *perceived scarcity* terhadap *consumer anxiety*, dan pengaruh terhadap *perceived scarcity* terhadap *panic buying* dengan *consumer anxiety* sebagai mediasi pada *COVID-19 prevention products* di Jabodetabek. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif survey dengan instrumen penelitian pada kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian sebanyak 202 responden dengan kriteria berdomisili di Jabodetabek, usia minimal 17 tahun, dan pernah melakukan pembelian produk preventif COVID-19. Analisis data penelitian menggunakan IBM SPSS 25 dan AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived scarcity*, *attitude toward negative e-WOM*, dan *consumer anxiety* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *panic buying*. *Perceived scarcity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *consumer anxiety*. Begitupun, *consumer anxiety* yang memediasi pengaruh *perceived scarcity* terhadap *panic buying*. Pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan pada cakupan jenis produk *panic buying* yang berbeda dan cakupan variabel yang berbeda seperti variabel harga, penularan sosial, intervensi pemerintah, paparan media serta aspek variabel psikologis lainnya seperti variabel ketidakpastian, dan ancaman yang dirasakan.

Kata Kunci: *Panic Buying*, *Perceived Scarcity*, *Attitude toward Negative e-WOM*, *Consumer Anxiety*, *COVID-19*

ABSTRACT

Ratna Asih, 2023: The Influence of Perceived Scarcity and Attitude toward Negative e-WOM on Panic Buying COVID-19 Prevention Products in Jabodetabek with Consumer Anxiety as Mediation. Thesis, Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, Jakarta State University. Supervisory Team: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM.

This study aims to determine the effect of perceived scarcity on panic buying, the effect of attitude toward negative e-WOM on panic buying, the effect of consumer anxiety on panic buying, the effect of perceived scarcity on consumer anxiety, and the effect of perceived scarcity on panic buying with consumer anxiety as mediation on COVID-19 prevention products in Jabodetabek. Data collection in this study used a quantitative survey method with a research instrument on a questionnaire. Sampling using a purposive sampling technique. The research sample was 202 respondents with the criteria that they live in Jabodetabek, are at least 17 years old, and have purchased COVID-19 preventive products. The results showed that perceived scarcity, attitude toward negative e-WOM, and consumer anxiety have a positive and significant effect on panic buying. Perceived scarcity has a significant effect on consumer anxiety. Likewise, consumer anxiety mediates the effect of perceived scarcity on panic buying. Future research can be developed on the coverage of different types of panic-buying products and coverage of different variables such as price variables, social contagion, government intervention, media exposure, and other aspects of psychological variables such as uncertainty variables, and perceived threats.

Keywords: *Panic Buying, Perceived Scarcity, Attitude toward Negative e-WOM, Consumer Anxiety, COVID-19*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah *Subhanahu wa Ta'ala* atas pertolongan serta rahmat-Nya, penulis dapat menuntaskan penelitian serta penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Perceived Scarcity* dan *Attitude Toward Negative eWOM* terhadap *Panic Buying* Produk Preventif COVID-19 di Jabodetabek dengan *Consumer Anxiety* sebagai Mediasi” dengan sebaik mungkin. Selawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu ‘alaihi wa Sallam* beserta para keluarganya, sahabat, serta para pengikutnya hingga di akhir jaman. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat merampungkan tugas akhir skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
2. Ibu Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat merampungkan tugas akhir skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis serta selaku Penguji I Sidang Skripsi yang telah memberi masukan serta perbaikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Prof. Dr. Corry Yohana, MM selaku Ketua Sidang Skripsi yang telah memberi masukan serta perbaikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Ika Febrilia, SE., MM selaku Penguji II Sidang Skripsi yang telah yang telah memberi masukan serta perbaikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak dapat saya sebut satu persatu, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua, adik, dan keluarga yang telah memberikan dukungan serta doa untuk Penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman terdekat penulis, Ahmad Jazil Faiz, Nina Nurul Fadillah dan Nadya Putri Alvionita yang senantiasa selalu memberikan dukungan, bantuan, serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Rekan perjuangan, Fakhrunnisa, Andena Noviyati Nabila, Salsbilla Putri Ramadhanti, Anisa Maharani, Ade Putri Dwiandini, dan Ani Rahmawati yang selama perkuliahan sudah banyak saling membantu dan mendukung.
11. Seluruh teman-teman di Pendidikan Bisnis 2018 yang telah bekerja sama dengan baik selama perkuliahan.
12. Serta untuk Ratna Asih, diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan, berjuang, dan berusaha untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan dan keterbatasan pada penyusunan skripsi ini. Dengan demikian, penulis sangat terbuka dalam menerima saran maupun kritik yang membangun sehingga penulis dapat memperbaiki skripsi ini. Besar harapan penelitian ini memberikan manfaat kepada peneliti sendiri maupun pembaca sekalian. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 20 Agustus 2023

Ratna Asih

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| ABSTRAK | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Pertanyaan Penelitian | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II | 9 |
| KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| A. Teori Pendukung | 9 |
| 1. Teori Pendukung | 9 |
| 2. <i>Panic Buying</i> | 10 |
| 3. <i>Perceived Scarcity</i> | 11 |
| 4. <i>Attitude Toward Negative eWOM</i> | 12 |
| 5. <i>Consumer Anxiety</i> | 12 |

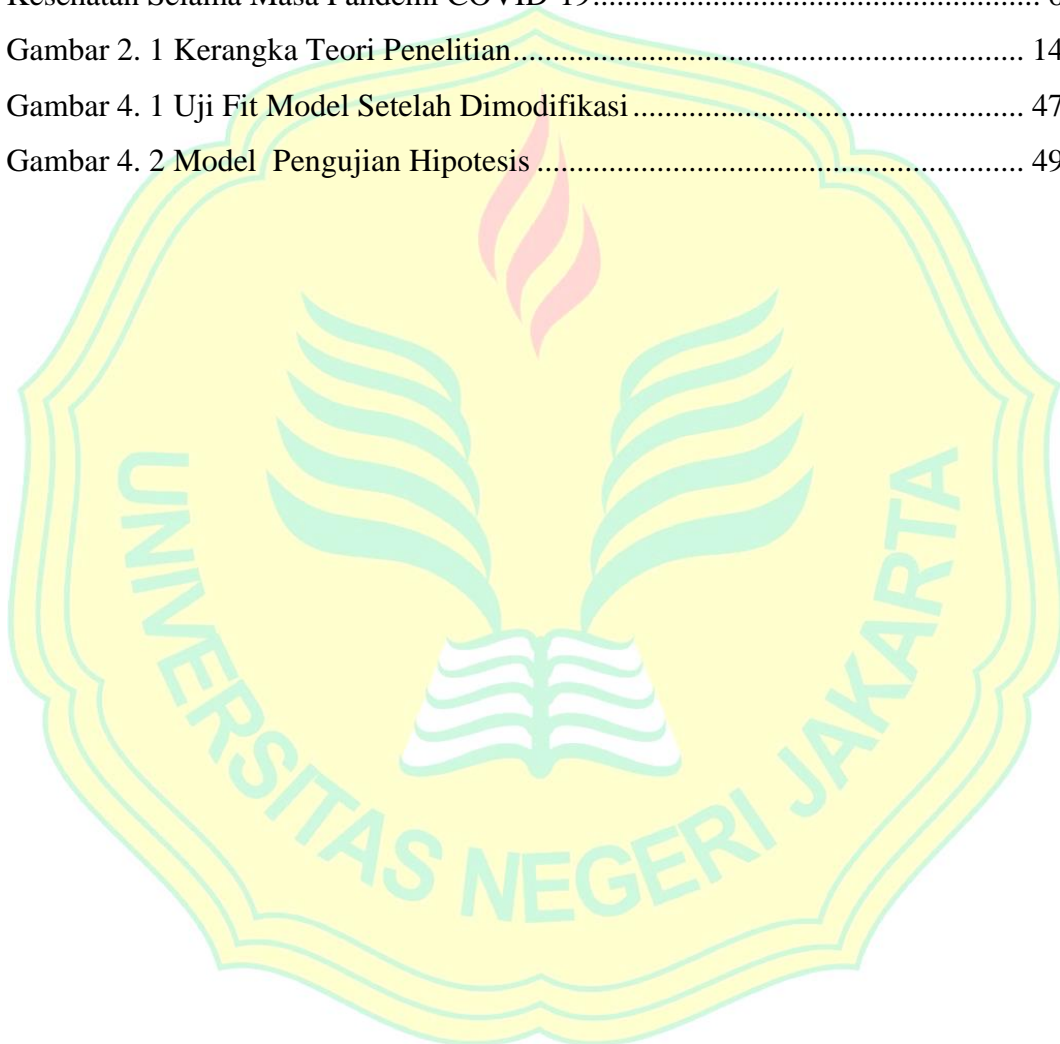
| | | |
|-----------------------|---|----|
| B. | Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis | 13 |
| 1. | <i>Perceived Scarcity</i> dan <i>Panic Buying</i> | 14 |
| 2. | <i>Attitude Toward Negative eWOM</i> dan <i>Panic Buying</i> | 15 |
| 3. | <i>Consumer Anxiety</i> dan <i>Panic Buying</i> | 16 |
| 4. | <i>Perceived Scarcity</i> dan <i>Consumer Anxiety</i> | 17 |
| 5. | <i>Perceived Scarcity</i> dan <i>Panic Buying</i> dengan <i>Consumer Anxiety</i> sebagai mediasi | 18 |
| 6. | Penelitian Terdahulu | 19 |
| BAB III | | 21 |
| METODOLOGI PENELITIAN | | 21 |
| A. | Waktu dan Objek Penelitian..... | 21 |
| 1. | Waktu Penelitian..... | 21 |
| 2. | Objek dan Tempat Penelitian..... | 21 |
| B. | Desain Penelitian | 21 |
| 1. | Metode Penelitian | 21 |
| C. | Populasi dan Teknik Sampel | 22 |
| 1. | Populasi..... | 22 |
| 2. | Teknik Sampel | 22 |
| D. | Pengembangan Instrumen Penelitian | 22 |
| 1. | <i>Panic Buying</i> | 22 |
| 2. | <i>Perceived Scarcity</i> | 23 |
| 3. | <i>Attitude Toward Negative eWOM</i> | 24 |
| 4. | <i>Consumer Anxiety</i> | 25 |
| 5. | Skala Pengukuran | 26 |
| E. | Teknik Pengumpulan Data | 27 |

| | |
|---|----|
| F. Teknik Analisis Data..... | 27 |
| 1. Analisis Deskriptif | 28 |
| 2. Uji Validitas..... | 28 |
| 3. Uji Reliabilitas | 28 |
| 4. Uji Fit Model | 29 |
| 5. Uji Hipotesis | 32 |
| BAB IV | 33 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 33 |
| A. Deskripsi Data | 33 |
| 1. Profil Responden..... | 33 |
| 2. Profil Data..... | 39 |
| B. Hasil..... | 45 |
| 1. Hasil Uji Validitas | 45 |
| 2. Hasil Uji Reliabilitas..... | 46 |
| 3. Hasil Uji Fit Model..... | 47 |
| 4. Hasil Uji Hipotesis..... | 48 |
| BAB V..... | 54 |
| PENUTUP..... | 54 |
| A. Kesimpulan..... | 54 |
| B. Implikasi..... | 55 |
| 1. Impilkasi Teoritis | 55 |
| 2. Implikasi Praktis | 57 |
| C. Keterbatasan Penelitian | 59 |
| D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya..... | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA | 60 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Sumber Informasi yang Diakses Masyarakat Selama Pandemi COVID-19..... | 5 |
| Gambar 1. 2 Survey Awal Alasan yang Mendorong Melakukan Pembelian Produk Kesehatan Selama Masa Pandemi COVID-19..... | 6 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Teori Penelitian..... | 14 |
| Gambar 4. 1 Uji Fit Model Setelah Dimodifikasi..... | 47 |
| Gambar 4. 2 Model Pengujian Hipotesis..... | 49 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 19 |
| Tabel 3. 1 Indikator <i>Panic Buying</i> | 23 |
| Tabel 3. 2 Indikator <i>Perceived Scarcity</i> | 24 |
| Tabel 3. 3 Indikator <i>Attitude toward Negative eWOM</i> | 25 |
| Tabel 3. 4 Indikator <i>Consumer Anxiety</i> | 26 |
| Tabel 3. 5 Skala Pengukuran <i>Likert</i> | 27 |
| Tabel 3. 6 Ringkasan Nilai <i>Goodness of Fit</i> | 31 |
| Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 33 |
| Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia | 33 |
| Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili | 34 |
| Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan | 35 |
| Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan | 35 |
| Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan | 36 |
| Tabel 4. 7 Frekuensi Pembelian Produk Preventif COVID-19 | 37 |
| Tabel 4. 8 Pilihan Produk Preventif COVID-19 yang Dibeli Responden | 37 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Crosstabs Chi-Square</i> | 38 |
| Tabel 4. 10 Data Distribusi Jawaban Variabel <i>Panic Buying</i> | 39 |
| Tabel 4. 11 Data Distribusi Jawaban Variabel <i>Perceived Scarcity</i> | 41 |
| Tabel 4. 12 Data Distribusi Jawaban Variabel <i>Attitude toward Negative eWOM</i> | 42 |
| Tabel 4. 13 Data Distribusi Jawaban Variabel <i>Consumer Anxiety</i> | 44 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas..... | 45 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas | 46 |
| Tabel 4. 16 Nilai <i>Goodness of Fit</i> | 48 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis | 49 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | 73 |
| Lampiran 2. Kartu Konsultasi Pembimbingan Penulisan Proposal Penelitian | 79 |
| Lampiran 3. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi..... | 80 |
| Lampiran 4. Lembar Persetujuan Seminar Proposal Penelitian..... | 81 |
| Lampiran 5. Surat Keterangan Pendaftaran Sidang Skripsi..... | 82 |
| Lampiran 6. Format Saran dan Perbaikan SUP | 83 |
| Lampiran 7. Format Saran dan Perbaikan Skripsi | 84 |
| Lampiran 8. Daftar Hasil Studi (DHS)/Pra-Transkrip Akademik | 85 |
| Lampiran 9. Hasil Uji Validitas | 88 |
| Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas | 92 |
| Lampiran 11. Hasil Uji SEM dengan AMOS Sebelum Modifikasi..... | 93 |
| Lampiran 12. Hasil Uji SEM dengan AMOS Setelah Modifikasi | 94 |
| Lampiran 13. Hasil Uji Kemiripan Naskah Skripsi | 95 |
| Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup..... | 96 |