

Peran *Emotional Eating* Terhadap Potensi Terbentuknya Perilaku Pembelian Makanan Secara Impulsif Pada Mahasiswa

Christina Eben Hezerin Duha¹

Universitas Stia Budi
duhachristina@gmail.com

Rosita Yuniati²

Universitas Setia Budi
rositayuniati@setiabudi.ac.id

Sujoko³

Universitas Setia Budi,
sujoko85@setiabudi.ac.id

Abstract

Emotional eating is an eating behavior that is influenced by various kinds of negative feelings or coping responses to negative feelings such as sadness, stress, anger, anxiety, depression, and others that can trigger the potential formation of impulsive purchasing behaviors, especially food products. This is because the desire to eat to meet their emotional needs will indirectly lead individuals to make impulsive purchases. This study aims to determine the role of emotional eating on the potential formation of impulsive food buying behavior in students who are in their thesis. Research is carried out by quantitative methods. The population is 333 with the sample used is 179 thesis students for the 2021/2022 even academic year class of 2015-2018 Setia Budi Surakarta University. The sampling technique used is simple random sampling. The measuring instrument of this study used the Impulsive Buying Tendency scale and the Dutch Eating Behavior Questionnaire scale. The data analysis method used is a simple linear regression analysis. The results of data analysis show a coefficient correlation value of 0.301 with $p = 0.008$ ($p < 0.05$). This proves that Emotional Eating plays a positive role in the potential formation of Impulsive Food Buying Behavior, the higher the Emotional Eating, the higher the Impulsive Food Buying Behavior. So in this case the proposed hypothesis is accepted.

Keywords: college students; emotional eating; food; impulsive buying behavior

Abstrak

Emotional eating ialah perilaku makan yang dipengaruhi oleh berbagai macam perasaan negatif atau respon koping akan perasaan negatif seperti sedih, stres, marah, cemas, depresi, dan lainnya yang dapat memicu potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif khususnya produk makanan. Hal ini dikarenakan keinginan makan guna memenuhi kebutuhan *emotionalnya* itu yang secara tidak langsung akan menuntun individu melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya peran *emotional eating* terhadap potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa yang sedang skripsi. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. Populasinya berjumlah

333 dengan sampel yang digunakan adalah 179 mahasiswa skripsi tahun ajaran 2021/2022 Genap angkatan 2015-2018 Universitas Setia Budi Surakarta. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling*. Alat ukur penelitian ini menggunakan skala *Impulsive Buying Tendency* dan skala *Dutch Eating Behavior Questionnaire*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis data menunjukkan nilai *coefficient correlation* sebesar 0,301 dengan $p=0,008$ ($p<0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa *Emotional Eating* berperan positif terhadap potensi terbentuknya Perilaku Pembelian Impulsif Makanan, semakin tinggi *Emotional Eating* maka semakin tinggi juga Perilaku Pembelian Impulsif Makanan. Sehingga dalam hal ini hipotesis yang diajukan diterima.

Kata Kunci: emotional eating; mahasiswa; makanan; perilaku pembelian impulsif

Pendahuluan

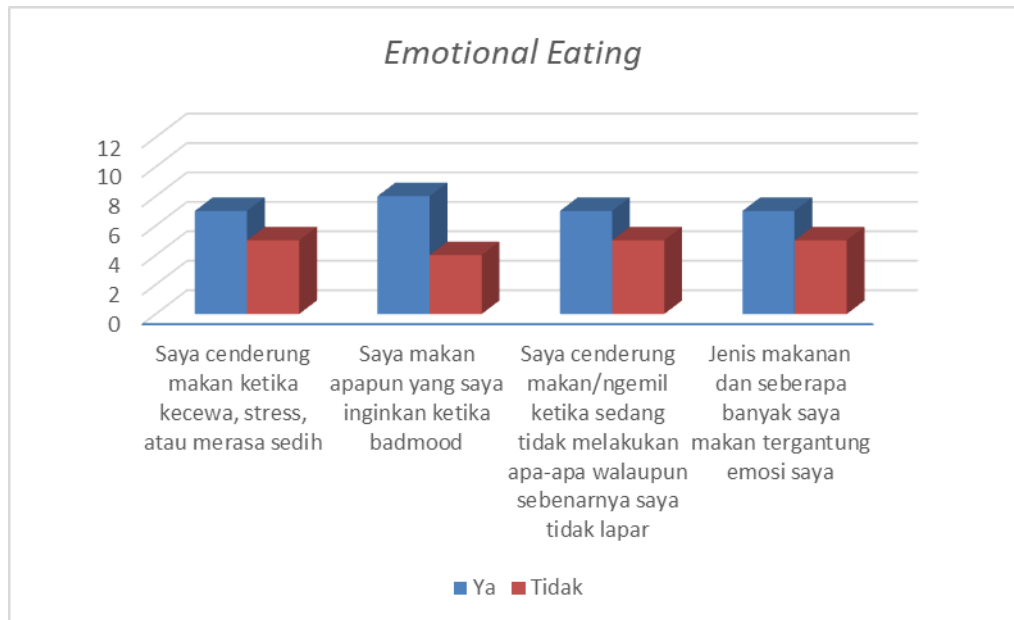
Makanan ialah satu di antara kebutuhan paling dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat bertahan hidup. Ketika tubuh memerlukan asupan makanan maka kita akan merasakan lapar. Bagi beberapa individu, makan tidak hanya untuk memuaskan lapar fisik melainkan untuk memuaskan kebutuhan *emotional*. Makan dikarenakan rasa lapar fisik berbeda dengan makan dikarenakan dorongan *emotional*. Dilansir dari UNM's *Human Resources newsletter* (2022), lapar fisik ditandai dengan perut keroncongan, lelah atau energi rendah, meningkat secara bertahap/bergelombang, terjadi beberapa jam setelah terakhir makan, dan puas dengan makan. Sedangkan, lapar *emotional* ditandai dengan terasa lebih di kepala, ngidam yang kuat dan spesifik, datang dengan cepat dan terasa mendesak, mungkin terjadi bahkan jika individu baru saja makan, dan tidak selalu puas dengan makan. Hal ini sependapat dengan Serin & Şanlıer (2018) yang mendeskripsikan bahwa saat kelaparan fisik, gula darah akan turun dan individu mengalami rasa asam di perutnya, rasa lapar ini dapat dipuaskan dengan makanan ringan atau rendah energi seperti sayur dan buah. Lain halnya dengan kelaparan *emotional* yang cenderung lebih menyukai makanan berenergi tinggi.

Makan yang dilakukan untuk memuaskan kebutuhan atau dorongan *emotional* tersebut akan menyebabkan fenomena yang dinamakan dengan

emotional eating. *Emotional eating* menurut Bennett et al. (2013) merupakan respon terhadap isyarat *emotional* atau respon koping terhadap perasaan negatif dengan menggunakan makanan, misalnya, “Saya cenderung makan ketika saya kecewa atau merasa sedih”. Dengan kata lain, *emotional eating* dapat dikatakan sebagai perilaku makan karena dorongan akan perasaan-perasaan negatif. Courbasson et. al. (dalam Abdurrahman, 2021) menjelaskan bahwa perasaan negatif seperti kecemasan atau ketakutan, dan lain sebagainya biasanya akan menyebabkan nafsu makan menurun. Glukosa yang akan dialirkan ke darah akan dikurangi dan proses pencernaan juga akan dibatasi oleh tubuh jika merasakan perasaan negatif tersebut, sehingga mengakibatkan hilangnya nafsu makan dan menurunnya berat badan. Akan tetapi, pelaku *emotional eating* nafsu makannya justru meningkat selaku respon akan emosi negatif dan cenderung mengonsumsi makanan padat kalori yang tidak sehat (Bennett et al., 2013; Serin & Şanlıer, 2018).

Emotional eating dapat dialami oleh siapa saja yang sedang berada dibawah tekanan dan sulit untuk mengontrol perasaan atau emosinya, yang pada akhirnya menggunakan makanan untuk merasa lebih baik. Hal tersebut salah satunya terjadi pada mahasiswa karena mahasiswa dalam aktivitasnya tidak terlepas dari yang namanya perasaan-perasaan negatif, terutama mahasiswa tingkat akhir, yang penuh dengan tuntutan untuk segera menyelesaikan studi, pengerjaan skripsi, tuntutan orang tua, harapan mahasiswa, kekhawatiran serta persiapan menghadapi dunia kerja (Hamdan, 2011). Weingarten & Elston (1991) juga sependapatan bahwa tekanan yang dialami oleh mahasiswa sering mendorongnya untuk makan. Trimawati & Wakhid (2018) dalam penelitiannya mendapati bahwa mahasiswa yang mengerjakan skripsi mengalami perilaku *emotional eating*. Perihal ini selaras dengan survei awal yang dilaksanakan oleh peneliti terhadap 12 mahasiswa Universitas Setia Budi Surakarta, disusun berdasarkan aspek-aspek dari Strien et al. (1986) menunjukkan bahwa terdapat indikasi terjadinya *Emotional Eating* pada mahasiswa skripsi.

Diagram A.1
Hasil survei awal *Emotional Eating* terhadap 12 mahasiswa yang sedang skripsi di Universitas Setia Budi Surakarta



Pelaku *emotional eating* cenderung mengkonsumsi makanan *comfort food* seperti kue yang manis (Ramadhani & Mahmudiono, 2021), sekotak permen, sekantong keripik, dan es krim dalam upaya menghadapi situasi stres, berita buruk, dan suasana hati (Nguyen-Rodriguez et al., 2009). Jika perilaku ini terus dilakukan, maka akan berdampak pada kesehatan dan gizi seperti obesitas. Sewaktu mengkonsumsi makanan dalam keadaan tidak lapar, hakikatnya tubuh sedang tidak memerlukan kalori dan apabila terus dilakukan akan menyebabkan tertimbunnya lemak dikarenakan kelebihan kalori sehingga akan berpotensi mengalami obesitas, penyakit empedu, tekanan darah tinggi, diabetes, sakit sendi, dan penyakit jantung (Cahya, 2018). Hasil penelitian Syarofi & Muniroh (2020) terhadap mahasiswa menemukan bahwa mahasiswa dengan *emotional eating* cenderung suka makan secara terus-menerus tanpa menghiraukan perasaan kenyang dan kebutuhan gizi. Perilaku ini akan memberikan efek kesenangan sementara dan perasaan nyaman bagi pelaku *emotional eating*. Keinginan untuk makan secara terus menerus tersebutlah yang menyebabkan individu cenderung akan membeli makanan untuk memenuhi kebutuhan *emotionalnya* sehingga secara tidak langsung

akan menyebabkan individu melakukan perilaku pembelian impulsif makanan.

Menurut Verplanken & Herabadi (2001) pembelian impulsif ialah dorongan segera untuk membeli, kurangnya perencanaan dan pertimbangan, perasaan senang dan menyesal setelah membeli atau adanya konflik *emotional*, serta pembelian yang tidak rasional seperti pembelian untuk menghilangkan perasaan tertekan, mengungkapkan diri, ataupun bersenang-senang. Lalelung & Pangemanan (2018) beranggapan bahwa pembelian impulsif yakni keputusan berbelanja produk tanpa rencana seperti produk *fashion*, kosmetik, makanan, elektronik, produk olahraga, aksesoris, dan varian produk lainnya. Penelitian ini akan berfokus pada pembelian impulsif produk makanan. Verplanken & Herabadi (2001) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa aspek afektif tendensi pembelian impulsif berkorelasi positif dengan *action orientation* (orientasi tindakan), orientasi tindakan itu sendiri berhubungan dengan proses kontrol diri afektif. Oleh karena itu, pembelian impulsif menjadi upaya untuk pengekspresian emosi. Pembelian impulsif dikarenakan emosi positif ialah upaya untuk menghargai diri, sedangkan emosi negatif upaya untuk menghibur diri. Dengan kata lain, satu diantara faktor-faktor pembelian impulsif disebabkan oleh emosi negatif.

Kemudian, sebagaimana paparan sebelumnya bahwa terdapat perilaku makan yang dinamakan dengan *emotional eating* yang mana disebabkan oleh perasaan/emosi negatif, berarti secara tidak langsung *emotional eating* kemungkinan akan berpotensi membentuk perilaku pembelian impulsif khususnya makanan. Kusumawardhani (2021) juga berpendapat bahwa emosi individu besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Emosi sesaat yang berlangsung sementara dan dirasakan individu pada saat itu mendasari keputusan pembelian, sehingga perilaku pembelian impulsif tanpa perencanaan dan spontan merupakan suatu aktivitas emosi. Silcox (2021) menambahkan bahwa ketika sedang *emotional*, rasionalitas individu menjadi tertantang dikarenakan terganggunya korteks prefrontal di otak. Penelitian oleh Serin & Şanlıer (2018) menjelaskan bahwa orang yang impulsif menyatakan

mereka tidak dapat mengontrol perilaku makan mereka. Miao dan Maltida (dalam Rachmah & Priyanti, 2019) menambahkan bahwa makanan merupakan salah satu motif kuat dalam pembelian impulsif terutama makanan *comfort food* seperti makanan manis, cepat saji dan tinggi lemak yang dapat memperbaiki keadaan perasaan individu.

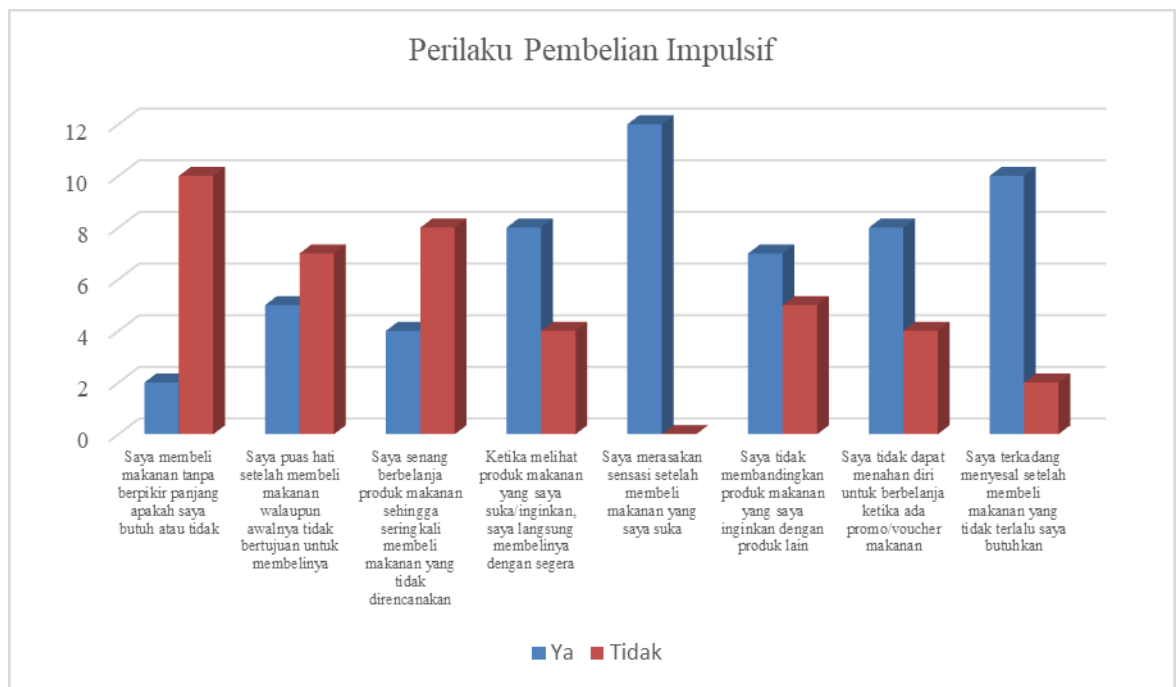
Perilaku pembelian impulsif makanan dapat terjadi pada mahasiswa, terlebih lagi bagi mahasiswa skripsi, yang mungkin mengalami kendala akademis seperti kesulitan menuangkan ide dalam bentuk tulisan ilmiah, proses bimbingan yang kurang lancar, dan lain sebagainya. Menurut Santrock (2010) mahasiswa condong melibatkan emosi, berpikir pragmatis, dan realistis. Emosi akan mempengaruhi pikiran individu, di saat tenang, pikiran akan lebih jernih dibandingkan di saat marah. Maka, wajar jika mahasiswa melakukan perilaku pembelian impulsif makanan sebagai sarana untuk menyalurkan emosi atau menghibur diri. Mengingat mahasiswa skripsi berkisar pada usia 21-25 tahun, maka dari itu, mahasiswa skripsi termasuk dalam golongan tahap dewasa awal (Wingkel, 2004). Papalia; Olds; Feldman (dalam Henrietta, 2012) mengemukakan bahwa secara perkembangan kognitif, dewasa awal memiliki pemikiran logis yang melibatkan proses evaluasi akan informasi dan mempertimbangkan semua bukti yang mendukung atau disebut dengan pemikiran reflektif, pemikiran yang dilandasi intuisi, logika dan emosi, serta timbulnya keterikatan antara otonomi, tanggung jawab, dan kontrol diri. Tetapi, pada kenyataannya masih banyak yang melakukan perilaku pembelian impulsif. Ditambah lagi, pada masa ini individu secara ekonomi mulai mandiri, sehingga memicu dan mendorong individu melangsungkan pembelian impulsif.

Peneliti telah melakukan survei awal perilaku pembelian impulsif makanan dengan subjek yang sama dengan survei *emotional eating*. Survei disusun berdasarkan aspek perilaku pembelian impulsif oleh Verplanken & Herabadi (2001). Hasilnya menunjukkan terdapat indikasi terjadinya perilaku pembelian impulsif makanan terhadap mahasiswa yang sedang skripsi, 5 dari

8 pernyataan, mahasiswa mayoritas menjawab “Ya” yang menandakan munculnya atau terjadinya perilaku pembelian impulsif makanan.

Diagram A.2

Hasil Survei awal fenomena Perilaku Pembelian Impulsif terhadap 12 mahasiswa yang sedang skripsi di Universitas Setia Budi Surakarta



Hal ini sejalan dengan penelitian Virsa Putri & Setyo Iriani (2020) yang mendapati bahwa mahasiswa dengan perilaku pembelian impulsif cenderung mengalokasikan uangnya secara berlebihan pada produk makanan kekinian yang mengikuti tren serta gensi agar tidak ketinggalan. Venia et al. (2021) menambahkan bahwa gaya hidup, promosi penjualan, dan motivasi hedonis seperti belanja untuk mengubah suasana hati dan belanja untuk berpetualang memicu perilaku pembelian impulsif. Hal-hal lain seperti nilai dan kualitas produk, keuangan individu, ketersediaan waktu, pengaruh teman dan kerabat ikut mempengaruhi perilaku pembelian impulsif seseorang (Jain, 2021). Faktor-faktor tersebutlah yang akhirnya menyebabkan perilaku pembelian impulsif pada produk makanan ini sulit untuk ditekan dan dikontrol. Terlebih lagi dengan akses untuk merealisasikannya yang semakin dipermudah dengan adanya internet atau aplikasi belanja *online* (*e-commerce*), yang mana lebih menghemat tenaga dan waktu tanpa harus ke

tempat pembeliannya secara langsung seperti gojek, grab dan *shopee*. Rook (1987) menambahkan bahwa pelaku pembelian impulsif lebih mengutamakan yang diinginkan daripada yang dibutuhkan sehingga menimbulkan dampak negatif diantaranya mengalami masalah finansial karena terlalu boros, rasa kecewa terhadap produk karena pembelian impulsif, merasa bersalah, serta merusak rencana non-finansial seperti diet.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas maka muncullah pertanyaan, apakah terdapat peran *emotional eating* terhadap potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa yang sedang skripsi? Terlebih lagi, banyak penelitian tentang perilaku pembelian impulsif yang dihubungkan dengan emosi, dengan mahasiswa sebagai subjeknya. Akan tetapi belum ada penelitian mengenai hubungan atau peran dari fenomena *emotional eating* itu sendiri terhadap perilaku pembelian impulsif makanan dan peneliti tertarik untuk menelitinya pada mahasiswa yang sedang skripsi. Perihal inilah yang menyebabkan peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian ini, dengan maksud mendapatkan jawaban dan bermanfaat bagi mahasiswa skripsi dan pihak yang membutuhkan.

Metode

Penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel bebas dan variabel tergantung. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *Emotional Eating* dan variabel tergantung yaitu Perilaku Pembelian Impulsif. Verplanken & Herabadi (2001) mengemukakan bahwa pembelian impulsif adalah dorongan segera untuk membeli, tanpa pertimbangan dan perencanaan, adanya konflik *emotional* serta pembelian irrasional misalnya membeli untuk menghilangkan suasana hati yang tertekan. Sedangkan, *Emotional eating* merupakan perilaku makan yang dipengaruhi berbagai macam perasaan negatif seperti perasaan marah, cemas, depresi, dan lain sebagainya (Arnou et al., 1995; Frayn et al., 2018; Goldbacher et al., 2012; Strien et al., 1986).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif non eksperimen. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 333 yakni mahasiswa S1 yang

mengambil skripsi T.A. 2021/2022 genap angkatan 2015-2018 Universitas Setia Budi Surakarta dengan jumlah sampel sebesar 179 sampel dari jumlah populasi dengan taraf kesalahan 5% yang dihitung menggunakan rumus Isaac and Michael. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*.

Perilaku Pembelian Impulsif akan diukur dengan menggunakan skala *Impulsive Buying Tendency (IBT)* yang dimodifikasi dari penelitian Kramadibrata (2014) yang merujuk pada aspek-aspek Verplanken & Herabadi (2001). Oleh karena skala pembelian impulsif dimodifikasi menjadi skala perilaku pembelian impulsif makanan, maka dilakukanlah *tryout* terhadap 40 subjek penelitian dan didapatkan 21 item sah dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,914. Kemudian, *Emotional Eating* diukur menggunakan skala *Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ)* oleh Strien et al. (1986) dan diterjemahkan oleh Abdurrahman (2021). DEBQ terdiri dari 33 item yang mencakup 10 item *external eating*, 13 item *emotional eating*, dan 10 item *restrained eating*. Akan tetapi, peneliti hanya memakai alat ukur *emotional eating* dan melakukan adaptasi alat ukur. Adaptasi alat ukur dilakukan karena alat ukur memiliki nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,94 dan telah disesuaikan untuk subjek mahasiswa tingkat akhir.

Pengumpulan data dilakukan secara *online* menggunakan link *google form*, di mana peneliti menyebar 179 kuesioner melalui grup *Whatsapp*, *personal chat Whatsapp*, dan *direct message Instagram*. Setelah 2 minggu, kuesioner yang terkumpul sebanyak 74 *google form* yang kembali dan terisi. 18 *google form* tidak memasuki kriteria subjek penelitian, dikarenakan bukan merupakan mahasiswa S1 Universitas Setia Budi Surakarta yang mengambil skripsi T.A 2021/2022 Genap angkatan 2015-2018, sehingga subjek dalam penelitian ini berjumlah 56 subjek penelitian. Hal ini terjadi karena selama periode penelitian, mahasiswa yang mengambil skripsi T.A 2021/2022 Genap angkatan 2015-2018 ada yang sudah lulus dan terdapat sebagian responden yang tidak mengisi. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, karena ingin mengetahui peran satu variabel terhadap variabel lainnya.

Hasil Dan Pembahasan

Penelitian bertujuan mengetahui peran *emotional eating* terhadap potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa yang sedang skripsi di Universitas Setia Budi Surakarta. Penelitian ini melibatkan 56 subjek mahasiswa yang sedang skripsi T.A 2021/2022 genap angkatan 2015-2018 di Universitas Setia Budi Surakarta, berikut Hasil uji asumsi:

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		EE	IB
N		56	56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	30,23	49,48
	Std. Deviation	9,678	8,301
	Most Extreme Differences		
	Absolute	,127	,112
	Positive	,127	,112
	Negative	-,080	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,950	,841
Asymp. Sig. (2-tailed)		,328	,478

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil dari uji normalitas pada variabel *Emotional Eating* diperoleh *Kolmogorov-Smirnov Z* dengan nilai 0,950, taraf signifikasinya 0,328 ($p>0,05$) sehingga data *emotional eating* berdistribusi normal. Sedangkan pada variabel perilaku pembelian impulsif makanan diperoleh *Kolmogorov-Smirov Z* dengan nilai 0,841, taraf signifikasinya 0,478 ($p>0,05$), sehingga data variabel perilaku pembelian impulsif makanan berdistribusi normal.

Tabel 2
Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
IB * EE	Between Groups	(Combined)	2471,520	26	95,058	2,091	,028
		Linearity	467,368	1	467,368	10,280	,003
		Deviation from	2004,152	25	80,166	1,763	,071
		Linearity					
	Within Groups		1318,462	29	45,464		
	Total		3789,982	55			

Hasil uji linearitasnya menunjukkan *emotional eating* dengan perilaku pembelian impulsif makanan memiliki $F = 10,280$ dengan $p = 0,003$ ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil itu, variabel bebas dengan variabel tergantung hubungannya linier.

Hasil analisa data penelitian menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana yakni :

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.351 ^a	.123	.107	7,844

a. Predictors: (Constant), EE

Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	467,368	1	467,368	7,596	.008 ^b
	Residual	3322,614	54	61,530		
	Total	3789,982	55			

a. Dependent Variable: IB

Berdasarkan hasil uji hipotesis memperoleh nilai signifikan sebesar 0,008, kemudian R senilai 0,351 ($F = 7,596$; $p < 0,05$). Hasil penelitian menandakan bahwa setiap peningkatan satu angkanya *emotional eating* akan menyebabkan peningkatan perilaku pembelian impulsif makanan sebanyak 0,301. Sumbangan efektif yang diberikan *emotional eating* terhadap potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif makanan adalah sebanyak 12,3% sedangkan 87,7% disebabkan oleh variabel atau faktor lainnya. Jain (2021) menjelaskan faktor lainnya yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif yaitu: penataan produk, pengaruh teman dan kerabat, *emotions* (positif dan negatif), potongan harga atau penawaran, *consumer characteristics, displays, budget, and time availability*. Sejalan dengan itu, Suhari (2008) juga berpendapat bahwa faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan untuk membeli bagi mahasiswa ialah tarif yang tidak sesuai dengan keadaan finansial mahasiswa, informasi yang kurang atas produk dan banyaknya alternatif pilihan. Berdasarkan analisa regresi linier sederhana, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis yang dirumuskan diterima yaitu terdapat peran *emotional eating* yang positif terhadap potensi terbentuknya

perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa skripsi. *Emotional eating* berperan pada perilaku pembelian impulsif makanan secara signifikan.

Diterimanya hipotesa menunjukkan *emotional eating* berpotensi terhadap terbentuknya perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa yang sedang skripsi. Hal ini diperkuat dari hasil penelitian oleh Sholawati et al. (2022) yang membuktikan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara pengambilan keputusan secara *emotional* dengan pembelian impulsif pada mahasiswa dengan nilai signifikan 0,000, yang menggambarkan bahwa pengambilan keputusan mahasiswa dalam pembelian impulsif lebih memprioritaskan *emotional* dibandingkan pengambilan keputusan secara kognisi, disebabkan terganggunya proses rasionalitas oleh emosi yang timbul saat pengambilan keputusan. Hal ini juga dipengaruhi oleh keinginan atau motivasi pelarian akan kondisi psikologis yang negatif ataupun pengaruh negatif faktor internal (disposisional) yang negatif (Verplanken et al., 2005). Baumeister (dalam Kusumawardhani, 2021) menambahkan bahwa seseorang memilih untuk mengabaikan kontrol diri demi memenuhi perilaku pembelian impulsif apabila hal tersebut membuat individu merasa lebih baik. Termasuk didalamnya berusaha untuk menekan perasaan kecewa, stres, dan depresi terhadap kejadian yang tidak menyenangkan di kehidupannya.

Tabel 4
Deskripsi kategorisasi variabel penelitian

Variabel	Kategorisasi	Rentang Nilai	Frekuensi	%
<i>Emotional Eating</i>	Sangat Rendah	$X \leq 25,995$	19	33,9%
	Rendah	$25,995 < X \leq 34,665$	21	37,5%
	Sedang	$34,665 < X \leq 43,335$	11	19,6%
	Tinggi	$43,335 < X \leq 52,005$	4	7,1%
	Sangat Tinggi	$52,005 \leq X$	1	1,8%
Perilaku Pembelian Impulsif	Sangat Rendah	$X \leq 36,75$	3	5,4%
	Rendah	$36,75 < X \leq 47,25$	20	35,7%
	Sedang	$47,25 < X \leq 57,75$	23	41,1%
	Tinggi	$57,75 < X \leq 68,25$	9	16,1%
	Sangat Tinggi	$68,25 \leq X$	1	1,8%

Berdasarkan kategorisasi skor subjek dari 56 responden yang diteliti, sebanyak 37,5% yang mengalami *emotional eating* rendah, dan sebanyak 41,1%, yang mengalami perilaku pembelian impulsif makanan yang sedang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *emotional eating* yang dialami oleh mahasiswa

skripsi tergolong kategori rendah, tetapi ternyata cukup mempengaruhi perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa yang sedang skripsi, ditunjukkan kategori perilaku pembelian impulsif makanan yang sedang. Seseorang yang mengalami *emotional eating* akan mengakibatkan dirinya berpotensi melakukan perilaku pembelian impulsif makanan yang dianggap akan membantu dirinya untuk memperbaiki emosi mereka kembali. Hasil tersebut sejalan dengan opini Limakrisna (dalam Kusumawardhani, 2021) yaitu seseorang melakukan pembelian suatu produk bukan semata-mata dikarenakan nilai fungsionalnya, melainkan pula karena *emotional* dan nilai sosialnya. Dengan melakukan perilaku pembelian impulsif, individu melampiaskan ataupun mengurangi perasaan negatif yang dirasakannya. Keinginan melakukan pembelian secara *emotional* ini hadir dikarenakan adanya pikiran irrasional, kecemasan, dan perasaan gengsi (Baumeister, 2002; Dittmar et. al., 1996 dalam Kusumawardhani, 2021).

Berlandaskan hasil penelitian beserta pembahasan yang sudah dipaparkan, hipotesis penelitian sudah dijawab oleh peneliti yakni mengenai peran *emotional eating* terhadap potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa skripsi. Peneliti memahami terdapat keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini yakni terdapatnya faktor-faktor lain di luar kendali peneliti yang tidak bisa terkontrol dan akhirnya mempengaruhi penelitian seperti *mood* responden ketika pengisian kuesioner, kondisi atau suasana saat pengisian, kesungguhan responden dalam pengisian, dan lain sebagainya. Keterbatasan penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online*, mengakibatkan dalam pengisian kuesioner, peneliti tidak dapat memantau dan mengontrol subjek. Hal ini menyebabkan lebih banyaknya responden yang memiliki tingkat *emotional eating* yang tergolong rendah dan beberapa kuesioner tidak sesuai dengan kriteria populasi yang mengakibatkan terdapat 18 kuesioner yang tidak diskoring atau terbuang. Oleh sebab itu, untuk mengatasinya dapat dilakukan penyebaran data secara *offline*, sehingga dapat bertanya secara langsung dan penyebaran kuesioner tepat kepada subjek yang sesuai kriteria populasi yaitu mengalami *emotional eating* dan merupakan mahasiswa S1 Universitas Setia Budi Surakarta yang mengambil skripsi T.A 2021/2022 Genap angkatan 2015-2018.

Kesimpulan

Berlandaskan hasil analisis penelitian, diperoleh skor hasil uji hipotesis sebesar $p=0,008 < 0,05$ yang menunjukkan terdapat peran yang signifikan, dengan nilai *Rsquare* (R^2) sebanyak 0,123 yang berarti *emotional eating* memberi sumbangan efektif sebanyak 12,3% terhadap potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa skripsi. Sedangkan, 87,7% dapat disebabkan oleh faktor lainnya seperti kepribadian konsumen, visual, tampilan, keuangan, waktu, pengaruh teman dan kerabat, diskon dan penawaran, gaya hidup, serta motivasi hedonis. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat peran positif *emotional eating* terhadap potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa skripsi di Universitas Setia Budi Surakarta. Hasil itu menerangkan bahwa hipotesis penelitian diterima, yaitu semakin tinggi *emotional eating* maka semakin tinggi juga perilaku pembelian impulsif makanan, sebaliknya, semakin rendah *emotional eating* maka semakin rendah perilaku pembelian impulsif makanan yang muncul.

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan yang sudah dipaparkan, hipotesis penelitian sudah dijawab oleh peneliti yakni mengenai peran *emotional eating* terhadap potensi terbentuknya perilaku pembelian impulsif makanan pada mahasiswa skripsi. Peneliti memahami terdapat, terdapat keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini yakni terdapatnya faktor-faktor lain di luar kendali peneliti yang tidak bisa terkontrol dan akhirnya mempengaruhi penelitian seperti *mood* responden ketika pengisian kuesioner, kondisi atau suasana saat pengisian, kesungguhan responden dalam pengisian, dan lain sebagainya. Keterbatasan penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online*, mengakibatkan dalam pengisian kuesioner, peneliti tidak dapat memantau dan mengontrol subjek. Hal ini menyebabkan lebih banyaknya responden yang memiliki tingkat *emotional eating* yang tergolong rendah dan beberapa kuesioner tidak sesuai dengan kriteria populasi yang mengakibatkan terdapat 18 kuesioner yang tidak diskoring atau terbuang. Oleh sebab itu, untuk mengatasinya dapat dilakukan penyebaran data secara *offline*, sehingga dapat bertanya secara langsung

dan penyebaran kuesioner tepat kepada subjek yang sesuai kriteria populasi yaitu mengalami *emotional eating* dan merupakan mahasiswa S1 Universitas Setia Budi Surakarta yang mengambil skripsi T.A 2021/2022 Genap angkatan 2015-2018.

Berlandaskan hasil penelitian, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan *screening* populasi atau pencarian responden dengan kriteria *emotional eating* dengan kategori sedang keatas, dapat pula menambahkan pengukuran pada uang saku atau biaya hidup dari responden, serta dapat membandingkan pengaruh emosi positif dan emosi negatif dengan perilaku pembelian impulsif yang dapat ditunjang dengan wawancara sehingga menghasilkan data yang lebih lengkap. Kemudian, bagi mahasiswa yang sedang skripsi, sebagai seorang mahasiswa yang sedang berada di tahap penyusunan skripsi, diharapkan dapat lebih memahami dirinya dan melabeli emosionalnya dengan lebih baik lagi, sehingga disaat merasakan emosi atau perasaan-perasaan negatif dapat melampiaskannya ke alternatif lain selain makanan, seperti kegiatan yang lebih bermanfaat, hobi, ataupun mencoba menerapkan *mindfulness*, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. I. (2021). Hubungan Stres Terhadap Perilaku Emotional Eating Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Sriwijaya (skripsi). Tersedia dari repositori.unsri.ac.id.
- Arnou, B., Kenardy, J., & Agras, W. S. (1995). The emotional eating scale: The development of a measure to assess coping with negative affect by eating. *International Journal of Eating Disorders*, 18(1), 79–90. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(199507\)18:1<79::AID-EAT2260180109>3.0.CO;2-V](https://doi.org/10.1002/1098-108X(199507)18:1<79::AID-EAT2260180109>3.0.CO;2-V)
- Bennett, J., Greene, G., & Schwartz-Barcott, D. (2013). Perceptions of emotional eating behavior. A qualitative study of college students. *Appetite*, 60(1), 187–192. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.09.023>
- Cahaya, K. D. (2018, April 21). Awas, Stres Picu Emotional Eating Halaman all - Kompas. *Kompas.Com*. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/12/18/152920520/awas-stres-picu-emotional-eating?page=all>
- Frayn, M., Livshits, S., & Knäuper, B. (2018). *Emotional eating and weight regulation : a qualitative study of compensatory behaviors and concerns*. 1–10.
- Goldbacher, E. M., Grunwald, H. E., LaGrotte, C. A., Klotz, A. A., Oliver, T. L.,

- Musliner, K. L., VanderVeur, S. S., & Foster, G. D. (2012). Factor structure of the Emotional Eating Scale in overweight and obese adults seeking treatment. *Appetite*, 59(2), 610–615. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.04.005>
- Hamdan. (2011). *Buku pintar skripsi, tesis, disertasi: seni dan manajemen pengujian hipotesis*. bentang belia.
- Henrietta. (2012). Impulsive Buying pada Dewasa Awal di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6.
- Jain, T. (2021). Factor Affecting Impulse Buying Behavior. *International Journal of Computer Science & Management Studies (IJCSMS)*, 42(01), 4–6.
- Kramadibrata, D. T. (2014). Hubungan antara Pembelian Impulsif dengan Penyesalan Pasca Pembelian pada Konsumen SOGO PVJ di Bandung (skripsi). Tersedia di repositori.upi.edu.
- Kusumawardhani, V. E. (2021). Kontribusi Emosi terhadap pembelian impulsif (skripsi). Tersedia dari repositori.usd.ac.id.
- Lalelung, marcela E., & Pangemanan, S. S. (2018). Analysis of Consumer Online Impulsive Buying Behaviour in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 908–917. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.19875>
- Nguyen-Rodriguez, S. T., Unger, J. B., & Spruijt-Metz, D. (2009). Psychological determinants of emotional eating in adolescence. *Eating Disorders*, 17(3), 211–224. <https://doi.org/10.1080/10640260902848543>
- Rachmah, F. Y., & Priyanti, D. (2019). Gambaran Emotional Eating Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Go-Food Di Jakarta. *INQUIRY Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(2), 104–118.
- Ramadhani, N., & Mahmudiono, T. (2021). Academic Stress Is Associated With Emotional Eating. *Media Gizi Indonesia*, 16(1), 38–47. <https://doi.org/10.204736/mgi.v16i1.38-47>
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189. <https://doi.org/10.1086/209105>
- Serin, Y., & Şanlıer, N. (2018). Emotional eating, the factors that affect food intake, and basic approaches to nursing care of patients with eating disorders. *journal of psychiatric nursing*, 9(2), 135–146. <https://doi.org/10.14744/phd.2018.23600>
- Sholawati, A., Firdaus, F., & Fakhri, N. (2022). Pengambilan Keputusan dan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Talenta Mahasiswa*, 1(4). https://www.researchgate.net/profile/Nurfitriany-Fakhri/publication/360834176_Pengambilan_Keputusan_dan_Pembelian_Impulsif_pada_Mahasiswa/links/628d9dbd345118162aa4f3c5/Pengambilan-Keputusan-dan-Pembelian-Impulsif-pada-Mahasiswa.pdf
- Strien, tatjana van, Frijters, jan e. r., Bergers, gerald p. a., & Defares, peter b. (1986). The Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ) for Assessment of restrained, emotional, and external eating behavior. *International Journal of Eating Disorder*, 5, 295–315. <https://doi.org/10.1007/BF02973988>
- Suhari, Y. (2008). keputsan membeli secara online dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, 13(2), 140–146.

- Syarofi, Z. N., & Muniroh, L. (2020). Apakah Perilaku Dan Asupan Makan Berlebih Berkaitan Dengan Stress Pada Mahasiswa Gizi Yang Menyusun Skripsi? *Media Gizi Indonesia*, 15(1), 38–44. <https://e-journal.unair.ac.id/MGI/article/viewFile/10608/9063>
- Trimawati, T., & Wakhid, A. (2018). Studi Deskriptif Perilaku Emotional Eating Mahasiswa yang Mengerjakan Skripsi di Universitas Ngudi Waluyo Ungaran. *Jurnal Smart Keperawatan*, 5(1), 52. <https://doi.org/10.34310/jskp.v5i1.164>
- Venia, M., Marzuki, F., & Yuliniar. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-commerce). *Korelasi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 929–941.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Verplanken, B., Herabadi, A. G., Perry, J. A., & Silvera, D. H. (2005). Consumer style and health: The role of impulsive buying in unhealthy eating. *Psychology and Health*, 20(4), 429–441. <https://doi.org/10.1080/08870440412331337084>
- Virsa Putri, T., & Setyo Iriani, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1417–1428.
- Weingarten, H. P., & Elston, D. (1991). *Food Cravings in a College Population*. 167–175.