

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menyempurnakan hasil penelitian, peneliti menggunakan hasil penelitian terdahulu yang dapat memperkuat analisis yang akan dilakukan. Adapun beberapa jurnal hasil penelitian terdahulu yang berkaitan. Berikut merupakan bahan rujukan dari ringkasan yang digunakan oleh peneliti dan bersumber dari penelitian terdahulu.

##### 2.1.1 Kim (2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kecemasan konsumen dalam penggunaan Bitcoin di era pandemic COVID-19. Penelitian ini dilakukan di negara Amerika serikat dengan jumlah responden 395. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 27.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* signifikan mempengaruhi *power prestige*, *retention time*, *distrust*, *quality* dan *anxiety*. *Behavioral intention* pada penggunaan produk Bitcoin di era COVID-19 dipengaruhi oleh *power prestige*, *retention time* dan *distrust*.

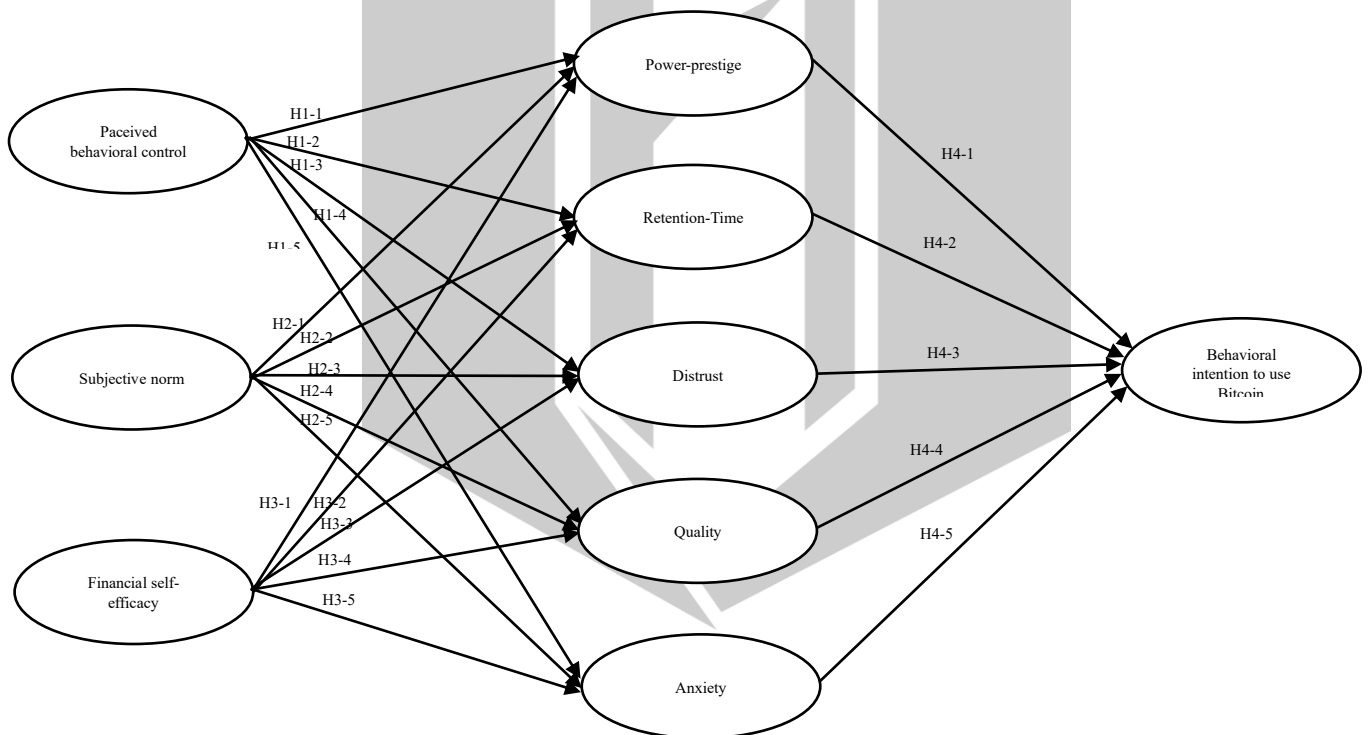
Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada:

1. Penelitian mengenai factor-faktor apa saja yang mempengaruhi *financial self-efficacy*.

2. Pengumpulan data menggunakan survey yang dilakukan secara online dengan melakukan penyebaran kuesioner.

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

1. Peneliti terdahulu meneliti *financial self-efficacy* yang mempengaruhi *anxiety*, sedangkan penelitian saat ini meneliti *financial self-efficacy* yang mempengaruhi *eco-anxiety*
2. Responden yang digunakan oleh peneliti terdahulu merupakan responden yang berasal dari negara Amerika Serikat, sedangkan penelitian ini menggunakan responden yang berasal dari negara Indonesia.
3. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya menggunakan SPSS 27, sedangkan penelitian ini menggunakan PLS-SEM.



Gambar 2.1

Kerangka Penelitian Kim (2021)

### 2.1.2 Hogg et al.(2021)

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan dan validasi skala multidimensi dari pengukuran kecemasan lingkungan. Penelitian ini dilakukan di Australia dan Selandia Baru dengan total responden sebanyak 334 yang Sebagian besar berasal dari mahasiswa sarjana *University of Canberra, Australia*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *principal component analysis (PCA)*.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa ada empat dimensi dari tiga belas dimensi yang signifikan mempengaruhi *eco-anxiety* yaitu *eco-anxiety affective symptoms*, *eco-anxiety rumination*, *eco-anxiety behavioral symptoms* dan *eco-anxiety about personal impact*.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada:

1. Terdapat variabel yang sama yaitu *eco-anxiety* dan empat dimensi dari *eco-anxiety*.
2. Pengumpulan data menggunakan survey yang dilakukan secara online dengan melakukan penyebaran kuesioner.

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

1. Peneliti terdahulu meneliti tentang pengembangan dan validasi skala multidimensi dari pengukuran *eco-anxiety*, sedangkan penelitian saat ini melakukan penelitian *financial self-efficacy* yang mempengaruhi *eco-anxiety* dan *eco-anxiety* yang mempengaruhi *attitudinal loyalty*.

2. Responden yang digunakan oleh peneliti terdahulu merupakan responden yang berasal dari negara Australia dan Selandia Baru, sedangkan penelitian ini menggunakan responden dari negara Indonesia.
3. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya menggunakan PCA, sedangkan penelitian ini menggunakan PLS-SEM

### **2.1.3 Batouei et al. (2019)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan pengujian hubungan antara *anxiety* dan *loyalty* pada maskapai penebangan. Penelitian ini dilakukan di negara Korea dengan jumlah responden 262 yang berasal dari wisatawan yang sering menggunakan pesawat. Analisis yang dilakukan menggunakan PLS-SEM.

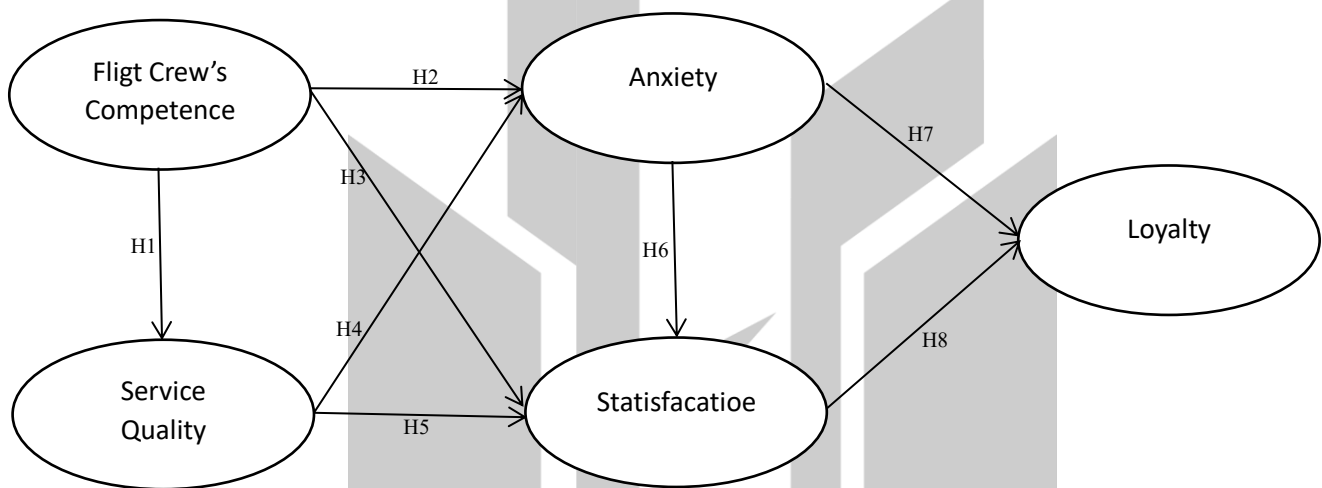
Hasil dari penelitian ini kepuasan dan layanan secara keseluruhan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas konsumen maskapai. Semakin besar kepuasan yang diperoleh konsumen semakin besar juga loyalitas yang diberikan kepada maskapai.

Terdapat persamaan antara peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu yang terletak pada:

1. Pengumpulan data menggunakan survei yang dilakukan secara online dengan melakukan penyebaran kuesioner.
2. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian sebelumnya menggunakan PLS-SEM

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada:

1. Penelitian ini menggunakan variabel tentang *loyalty*, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel tentang *attitudinal loyalty*
2. Penelitian ini meneliti tentang *anxiety*, sedangkan penelitian ini meneliti tentang *aco-anxiety*
3. Responden yang diteliti pada penelitian ini dari negara Korea, sedangkan pada penelitian ini respondennya berasal di negara Indonesia.



Gambar 2.2

Kerangka Penelitian Batouei et al. (2019)

Tabel 2. 1  
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama dan tahun	Topik Penelitian	Variable penelitian	Sampel penelitian	Teknik analisis	Hasil penelitian
1	Kim (2021)	kecemasan konsumen dalam penggunaan Bitcoin di era pandemic COVID-19	<p>1. Variabel Dependen: <i>Behavioral Intention</i></p> <p>2. Variabel Independen: <i>Power Prestige</i> <i>Retention Time</i> <i>Distrus</i> <i>Quality</i> <i>Anxiety</i></p> <p>3. Variabel Mediasi : <i>Perceived Behavioral Control</i> <i>Subjective Norm</i> <i>Financial self-efficacy</i></p>	395 Responden di negara Amerika Serikat pada tahun 2021	Menggunakan SPSS 27	<p><i>financial self-efficacy</i> signifikan mempengaruhi <i>power prestige</i>, <i>retention time</i>, <i>distrust</i>, <i>quality</i> dan <i>anxiety</i>.</p> <p><i>Behavioral intention</i> pada penggunaan produk Bitcoin di era COVID-19 dipengaruhi oleh <i>power prestige</i>, <i>retention time</i> dan <i>distrust</i>.</p>

2	Hogg et al. (2021)	Melakukan pengembangan dan validasi skala multidimensi dari pengukuran kecemasan lingkungan.	<p>1. Variabel Dependen :</p> <p><i>Eco-anxiety affective symptoms</i></p> <p><i>Eco-anxiety rumination</i></p> <p><i>Eco-anxiety behavioral symptoms</i></p> <p><i>Eco-anxiety about personal impact</i></p> <p>2. Variabel Independen :</p> <p><i>Eco-anxiety</i></p>	334 responden di negara Australia dan Selandia Baru	Menggunakan <i>principal component analysis</i> (PCA)	penelitian ini menemukan bahwa ada empat dimensi dari tiga belas dimensi yang signifikan mempengaruhi <i>eco-anxiety</i> yaitu <i>eco-anxiety affective symptoms, eco-anxiety rumination, eco-anxiety behavioral symptoms</i> dan <i>eco-anxiety about personal impact</i> .
3	(Batouei et al., 2019)	melakukan pengujian hubungan antara <i>anxiety</i> dan <i>loyalty</i> pada maskapai penebangan.	<p>1. Variabel Dependen:</p> <p><i>Loyalty</i></p> <p>2. Variabel Independen:</p> <p><i>Anxiety</i></p> <p><i>Satisfaction</i></p> <p>3. Variabel Mediasi :</p> <p><i>Flight crew's competence</i></p> <p><i>Service quality</i></p>	262 responden di negara Korea	Menggunakan PLS-SEM	kepuasan dan layanan secara keseluruhan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap loyalitas konsumen maskapai.

## 2.2 Landasan Teori

Teori yang mendasari dan mendukung peneliti saat melakukan penelitian sesuai dengan topik sebagai berikut:

### 2.2.1 *Financial self-efficacy*

*Financial self-efficacy* merupakan variabel penting untuk mengukur kemampuan seseorang dalam hal keuangan. *Financial self-efficacy* dapat didefinisikan sebagai keyakinan seseorang atas kemampuan yang dimiliki agar bisa menyelesaikan suatu permasalahan keuangan (Kim, 2021). Berdasarkan definisi tersebut dapat dilihat bahwa seseorang yang memiliki *financial self-efficacy* merupakan individu yang bisa menerima kesulitan untuk berhasil dalam menghadapi masalah. Keyakinan ini membuat konsumen untuk selalu berusaha, bertahan dan berhasil dalam menghadapi masalah keuangan dengan merumuskan *financial self efficacy* yang kuat. Mendapatkan *financial self efficacy* yang kuat dapat dilakukan dengan cara sikap seseorang terhadap uang. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang yang *financial self-efficacy* yang kuat akan lebih mudah untuk menyelesaikan permasalahan keuangan.

Shiau et al. (2020) menyatakan bahwa *financial self-efficacy* dapat mengukur kemampuan keuangan individu yang mereka hadapi di masa yang akan datang (mengukur kemampuan merupakan evaluasi kemampuan individu dalam menghadapi suatu permasalahan). Kemampuan tersebut dipengaruhi adanya tekanan aspek ekonomi yang berdampak pada kesejahteraan psikologis seseorang yang cenderung pada kebahagiaan seseorang (Kim et al., 2020). *Financial self-*



*efficacy* dinilai memberikan pengaruh positif terhadap *financial* seseorang (Dare et al., 2022). Shim et al. (2019) juga mengatakan bahwa individu yang mempunyai rasa *financial self-efficacy* yang kuat memungkinkan individu tersebut bisa mempunyai aset investasi. *Financial self-efficacy* dapat meningkatkan pengendalian diri pada keuangan serta meningkatkan pola berfikir rasional dalam mengambil keputusan konsumsi (Liu and Zhang, 2021).

### **2.2.2 Eco-anxiety**

*Eco-anxiety* merupakan komponen yang harus diperhatikan dalam kelangsungan hidup manusia di masa depan. *Eco-anxiety* dapat didefinisikan sebagai suatu emosi dan keadaan mental yang menyedihkan akibat munculnya kerusakan lingkungan (Reyes et al., 2021). Penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa rasa cemas yang dimiliki seseorang bukanlah satu-satunya emosi negatif dalam menghadapi masalah perubahan lingkungan. Rasa cemas dalam diri seseorang bisa berdampak positif untuk meningkatkan perhatian untuk selalu menjaga lingkungan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa rasa cemas pada lingkungan bisa berdampak baik dalam kelangsungan lingkungan di masa yang akan datang.

Kecemasan lingkungan, depresi lingkungan dan kemarahan lingkungan memiliki efek negatif yang sama dalam meningkatkan depresi, kecemasan dan stress pada individu (Stanley et al., 2021). Verplanken et al. (2020) mengatakan bahwa kecemasan lingkungan yang dialami individu mungkin akan mendapatkan respon konstruktif yang sangat kuat terhadap krisis pada lingkungan. Clayton (2020) berpendapat bahwa sebagian besar dari masyarakat yang mempunyai

motivasi untuk mengubah perilakunya untuk mengurangi dampak perubahan lingkungan. Kecemasan lingkungan mempunyai pengaruh terhadap rasa kehilangan, ketidakberdayaan dan kekesalan dalam mengatasi perubahan lingkungan (Landry et al., 2018). Kecemasan lingkungan biasanya ditandai dengan rasa khawatir yang parah tentang apa yang terjadi dengan kerusakan lingkungan (Gifford and Gifford, 2016).

Empat dimensi *eco anxiety*:

### **1. *Eco Anxiety Affective Symptoms***

*Eco-anxiety affective symptoms* merupakan hal yang penting dipahami oleh pemasar. *Eco-anxiety* dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan emosi dan keadaan mental yang menyedihkan akibat adanya kerusakan lingkungan (Reyes et al., (2021). *Affective symptoms* didefinisikan sebagai suatu gangguan emosional yang dirasakan seseorang (Punyatoya, 2019). Mengacu pada pernyataan Reyes et al. (2021) dan Punyatoya (2019), *eco-anxiety affective symptoms* dapat didefinisikan sebagai gangguan emosional yang menyedihkan pada seseorang akibat terjadinya kerusakan lingkungan. Definisi tersebut dapat dilihat bahwa kecemasan lingkungan yang terjadi dalam diri seseorang bisa berdampak pada gangguan emosional yang menyedihkan. Penelitian ini menunjukkan bahwa penting bagi setiap individu untuk selalu menjaga lingkungan agar tidak merasakan gangguan emosional.

*Affective symptoms* merupakan tentang naluri atau perasaan yang terganggu (Punyatoya, 2019). Hogg et al. (2021) menyatakan *affective symptoms* merupakan salah satu dimensi dari *eco-anxiety*. Hogg et al. (2021) menemukan bahwa *eco-*

*anxiety affective symptoms* memiliki kesamaan dengan GAD (*Generalized Anxiety Disorder*). GAD merupakan kondisi dari seseorang yang merasakan kecemasan yang berlebihan hingga cenderung tidak dapat di kontrol. Penelitian tentang *eco-anxiety affective symptoms* sangatlah terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut tentang *eco-anxiety affective symptoms* pada perubahan lingkungan yang terjadi.

## **2. Eco-Anxiety-Rumination**

*Eco-anxiety rumination* merupakan variabel penting dari *eco-anxiety* yang harus diketahui oleh setiap orang. *Eco-anxiety* didefinisikan sebagai suatu emosi dan keadaan mental yang menyedihkan akibat munculnya kerusakan lingkungan (Reyes et al., (2021). *Rumination* adalah suatu sikap dan pikiran yang mengacu pada perhatian individu dalam suatu permasalahan yang mengakibatkan gejala depresi (Watkins & Roberts, 2020). Mengacu dari penelitian Reyes et al. (2021) dan Watkins and Roberts (2020) tersebut, *eco-anxiety rumination* dapat didefinisikan sebagai keadaan mental individu yang menyedihkan pada kerusakan lingkungan yang mempengaruhi suatu sikap dan pikiran yang memusatkan perhatian individu pada suatu permasalahan yang bisa berdampak pada depresi. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa *eco-anxiety rumination* dapat mengganggu sikap dan pikiran seseorang yang bisa berdampak pada depresi. Penelitian ini menunjukkan bawah penting bagi setiap individu untuk selalu berfikir positif dan selalu menjaga lingkungan.

Perenungan mengarah pada situasi yang berulang, pasif dan pemikiran pesimis tentang suatu penyebab permasalahan pada alam (de Bruijn and Antonides, 2020). Hogg et al. (2021) pernah melakukan penelitian mengenai *eco-anxiety rumination*. Hogg et al. (2021) menyatakan bahwa *eco-anxiety rumination* merupakan aspek penting pada kecemasan dalam perubahan lingkungan. Pemikiran kecemasan lingkungan yang berulang akan berdampak pada pemecahan masalah lingkungan dengan efektif karena dapat mempengaruhi individu berpikir lebih pesimis. Penelitian yang menjelaskan tentang *eco-anxiety rumination* sangatlah sedikit. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk meneliti lebih lanjut tentang *eco-anxiety rumination*.

### **3. *Eco-Anxiety Behavioral Symptoms***

*Behavioral symptoms* merupakan komponen penting yang harus dipahami oleh penjual. *Behavioral symptoms* merupakan salah satu dimensi dari *eco-anxiety*. *Eco-anxiety* didefinisikan sebagai suatu keadaan emosi dan keadaan mental yang menyedihkan akibat adanya kerusakan lingkungan (Reyes et al. (2021). *Behavioral symptoms* adalah suatu gangguan yang mempengaruhi kelainan makan, sikap acuh tak acuh, perilaku menyimpang, waktu tidur dan gangguan perilaku pada malam hari (Kim et al., 2021). Merujuk pada pernyataan (Reyes et al., 2021) dan (Kim et al., 2021) *eco-anxiety behavioral symptoms* dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan mental yang menyedihkan dan berdampak pada perilaku seseorang akibat adanya perubahan lingkungan yang terjadi di sekitarnya. Berdasarkan definisi tersebut *eco-anxiety behavioral symptoms* bisa terjadi jika seseorang merasakan kecemasan lingkungan akibat terjadinya perubahan iklim yang bisa berdampak

pada perilaku. Penelitian ini menunjukkan bahwa penting bagi setiap masyarakat untuk selalu menjaga lingkungan agar tidak merasakan gangguan pada perilaku.

Hogg et al. (2021) menyatakan bahwa *behavioral symptoms* sangat berhubungan dengan kecemasan, stress dan depresi yang dirasakan akibat adanya perubahan lingkungan. Hogg et al. (2021) menyatakan bahwa *affective symptoms* dan *behavioral symptoms* merupakan karakteristik paling penting dalam pengukuran kecemasan lingkungan. Penelitian tentang *eco-anxiety behavioral symptoms* sangat terbatas untuk dilakukan sehingga peneliti memiliki kesempatan untuk memberikan penjelasan lebih dalam.

#### **4. *Eco-Anxiety About Personal Impact***

*Anxiety about personal impact* merupakan variabel penting yang harus dipahami oleh penjual. *Anxiety about personal impact* merupakan salah satu dimensi dari *eco-anxiety*. *Eco-anxiety* didefinisikan sebagai suatu keadaan seseorang mengenai emosi dan keadaan mental yang menyedihkan akibat adanya kerusakan lingkungan (Reyes et al. (2021). *Anxiety about personal impact* merupakan dampak yang terjadi akibat perilaku seseorang terhadap sesuatu (misalnya dampak individu terhadap alam) (Hogg et al., 2021). Mengacu pada dua definisi variabel tersebut, *eco-anxiety about personal impact* dapat didefinisikan sebagai keadaan mental seseorang yang menyedihkan terhadap dampak perilaku seseorang akibat terjadinya perubahan lingkungan (Hogg et al., 2021; Reyes et al., 2021). Berdasarkan penjelasan definisi diatas *eco-anxiety about personal impact* merupakan perasaan tidak nyaman akibat perilaku seseorang yang membuat

perubahan lingkungan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kita harus selalu menjaga lingkungan agar tidak merasakan dampaknya secara langsung.

Hogg et al. (2021) menyatakan bahwa individu yang mengalami *anxiety rumination* akan cenderung mengalami *anxiety about personal impact*. Hogg et al. (2021) menambahkan bahwa individu yang mengalami *anxiety rumination* dan *anxiety about personal impact* akan cenderung signifikan mengalami permasalahan kesehatan mental dan reaktivitas emosi. Variabel tersebut belum banyak peneliti yang membahas, sehingga penelitian ini dilakukan untuk menganalisis *eco-anxiety-anxiety about personal impact*.

### **2.2.3 Attitudinal Loyalty**

*Attitudinal Loyalty* merupakan variabel yang mempengaruhi sikap konsumen pada suatu produk. Choi and Kim (2020) mendefinisikan *attitudinal loyalty* sebagai keterkaitan konsumen terhadap suatu produk tertentu. Berdasarkan definisi tersebut *attitudinal loyalty* mencakup dua aspek yang berbeda yaitu sikap dan perilaku. Loyalitas sikap pada diri seseorang merupakan tingkat komitmen yang terjadi pada suatu merek, sedangkan loyalitas perilaku merupakan pembelian suatu barang yang berulang-ulang. Penelitian ini menunjukkan bahwa penting bagi pemasar untuk mengetahui loyalitas pada konsumen.(Choi & Kim, 2020)

*Attitudinal loyalty* pada suatu konsumen bisa berdampak positif karena dapat memotivasi pelanggan untuk merekomendasikan, kesetiaan dan mengabaikan penawaran dari penjual lain (Saini and Singh, 2020). Bagian positif lain juga dapat dirasakan, seperti memiliki hubungan jangka panjang antara penjual dan konsumen

(Casper Ferm and Thaichon, 2021). Hubungan emosional konsumen dengan penjual dapat membantu konsumen tetap berkomitmen dengan suatu merek dan dapat mendorong *attitudinal loyalty* yang lebih tinggi (Choi and Kim, 2020). Shammout (2020) mengatakan bahwa *attitudinal loyalty* memiliki dampak yang positif terhadap kepuasan konsumen. Sumber utama untuk meningkatkan *attitudinal loyalty* dengan penjual memberikan layanan personalisasi dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen (Dandis and Wright, 2020). Kunci utama untuk mempertahankan konsumen yang mulai terpengaruh oleh penjual lain, yakni dengan meningkatkan *attitudinal loyalty* pada konsumen tersebut (Sun et al., 2021). Penjual harus menciptakan dan memelihara komunikasi dengan konsumen, salah satunya dengan menyediakan media sosial agar dapat memengaruhi *attitudinal loyalty* (Casper Ferm and Thaichon, 2021).

## **2.3 Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Eco-Anxiety Affective Symptoms***

Menganalisis pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *eco-anxiety affective symptoms* merupakan suatu hal yang sangat penting bagi setiap penjual. Hubungan *financial self-efficacy* terhadap *anxiety* sebelumnya pernah dilakukan penelitian sebelumnya dan penelitian tersebut dilakukan di negara amerika serikat untuk mengetahui kecemasan konsumen dalam penggunaan Bitcoin di era COVID-19 Kim (2021). Individu yang memiliki *financial self-efficacy* akan cenderung terhindar dari *anxiety*. *Financial self-efficacy* dapat membuat seseorang merasa yakin dengan diri sendiri dalam mengatasi kecemasan lingkungan yang dirasakan

(Kim, 2021). Rasa keyakinan yang kuat akan menjadi motivasi bagi setiap orang untuk selalu menjaga lingkungan dengan lebih baik lagi. *Self-efficacy* yang kuat akan membuat seseorang bisa mempunyai niat yang sangat kuat dalam mencegah kecemasan lingkungan. Pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *eco-anxiety affective symptoms* belum pernah dilakukan penelitian pada konteks kecemasan lingkungan (Kim, 2021). Pengujian *financial self-efficacy* terhadap *eco-anxiety affective symptoms* merupakan landasan dari penelitian ini.

Penelitian ini berargumen *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *eco-anxiety affective symptoms*. Penelitian ini didasarkan pada penelitian Kim (2021) yang menyatakan bahwa seseorang yang mempunyai *financial self-efficacy* yang kuat akan mudah dalam menghadapi perubahan suasana hati akibat adanya kerusakan lingkungan. Individu yang mempunyai *financial self-efficacy* yang kuat, individu tersebut cenderung bisa mengelola keuangannya dalam menghadapi kerusakan lingkungan. Individu yang merasakan perubahan suasana hati dapat terjadi dalam jangka yang panjang. Perubahan suasana hati tersebut terjadi karena kurangnya pengetahuan tentang pentingnya berinvestasi (misalnya, perubahan ekonomi yang terjadi akibat adanya pandemi COVID-19). Mengacu pada argumen diatas penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *eco-anxiety affective symptoms*

### **2.3.2 Pengaruh *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Eco-Anxiety Rumination***

Mempelajari tentang *financial self-efficacy* terhadap *eco-anxiety rumination* merupakan hubungan antar variabel yang harus diketahui oleh setiap penjual.



Penelitian mengenai *eco-anxiety* rumination pernah dilakukan penelitian mengenai pengembangan dan validasi skala multidimensi dari pengukuran *eco-anxiety* Hogg et al. (2021). Seseorang yang mengalami perubahan emosi yang sangat kuat akan berdampak pada perenungan yang akan terjadi dalam jangka waktu yang lama (Hogg et al., 2021). *Financial self-efficacy* yang dimiliki individu bisa berdampak positif dalam mengatasi *eco-anxiety rumination*, karena individu tersebut mempunyai tabungan lebih untuk mengatasi permasalahan lingkungan yang ada di sekitarnya. Kim (2021) menyatakan bahwa individu yang memiliki *financial self-efficacy* mereka mempunyai keyakinan dalam mengelola keuangannya akibat adanya kerusakan lingkungan yang berakibat pada perenungan yang berkelanjutan. Pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *anxiety rumination* belum pernah dilakukan penelitian pada konteks kecemasan lingkungan (Kim 2021). Kondisi udara saat ini di Indonesia sudah tercemar seiring kemajuan teknologi sehingga pencemaran udara semakin meningkat (Abidin and Hasibuan, 2019). Penelitian *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *eco-anxiety rumination* menjadi landasan untuk dilakukan pengujian dengan konteks kerusakan lingkungan.

Penelitian ini berargumen bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *eco-anxiety rumination*. Penelitian ini didasarkan oleh penelitian Kim (2021) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki tabungan atau uang lebih merupakan orang yang memiliki kekuatan yang istimewa, karena individu tersebut bisa untuk membeli kendaraan listrik yang tidak menimbulkan polusi udara. Shim et al. (2019) sependapat dengan Kim (2021) menyatakan bahwa individu yang memiliki *financial self-efficacy* yang kuat memungkinkan individu

tersebut bisa mempunyai asset seperti kendaraan listrik yang memiliki harga jual yang sangat mahal. Pembelian kendaraan listrik dapat mengurangi kecemasan yang terjadi disekitar individu tersebut. Mengacu argumen diatas, pada penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *eco-anxiety rumination*

### **2.3.3 Pengaruh Financial Self-Efficacy Terhadap *Eco-Anxiety Behavioral Symptoms***

Mengetahui tentang *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *eco-anxiety behavioral symptoms* merupakan salah satu hal penting yang harus pelajari. Kim (2021) menyatakan bahwa individu yang berinvestasi pada bermacam-macam produk investasi dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak individu tersebut akan terlepas pada kecemasan yang terjadi di sekitarnya. Individu yang memiliki *financial self-efficacy* yang kuat akan memahami betapa pentingnya berinvestasi untuk melindungi dirinya dalam situasi yang tidak menentu. Hogg et al. (2021) menyatakan bahwa individu yang mengalami *eco-anxiety affective symptoms* akan cenderung juga mengalami *eco-anxiety behavioral symptoms* dan sebagian dari individu yang mengalami *eco-anxiety affective symptoms* tidak mengalami *eco-anxiety behavioral symptoms*. Individu yang mengalami berbagai kecemasan maka individu tersebut bisa terlepas dan terlindungi jika mempunyai *financial self-efficacy* yang kuat. Pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *anxiety behavioral symptoms* belum pernah dilakukan penelitian pada konteks kecemasan lingkungan.

Pengaruh *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *eco-anxiety rumination* menjadi landasan pada penelitian ini.

Penelitian ini berargumen bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *eco-anxiety behavioral symptoms*. Penelitian ini didasarkan oleh penelitian Kim (2021) yang menyatakan seseorang yang melakukan *financial self-efficacy* cenderung mengontrol perilaku keuangan yang mengarah pada jenis produk moneter atau produk investasi. Individu yang berinvestasi bertujuan untuk meningkatkan penghasilan keuangan mereka agar dapat meminimalisir dampak kecemasan lingkungan. Keuntungan akan terjadi apabila seseorang yang melakukan investasi dengan umur yang masih muda akan memperkuat *financial self-efficacy* dalam menghadapi kecemasan lingkungan yang akan terjadi kapan saja. Mengacu pada argumen diatas penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *eco-anxiety behavioral symptoms*

#### **2.3.4 Pengaruh *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Eco-Anxiety-Anxiety Personal Impact***

*Financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *eco-anxiety-anxiety personal impact* merupakan salah satu hipotesis yang penting untuk dianalisis. Kim (2021) menyatakan bahwa *financial self-efficacy* merupakan perilaku mengontrol pengeluaran seseorang untuk selalu menabungkan uangnya dengan produk investasi dan mempunyai dampak positif dalam menghadapi *anxiety*. Individu yang

berinvestasi di berbagai produk akan lebih mudah untuk melewati kecemasan yang berdampak pada dirinya pada suatu permasalahan lingkungan. Pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *anxiety personal impact* belum pernah dilakukan penelitian dalam konteks kecemasan lingkungan (Kim 2021). Kondisi sampah plastik sangatlah banyak dari waktu ke waktu (misalnya seperti yang terjadi di pantai indah kapuk yang jumlah sampah plastiknya tercatat 77,7% dari total seluruh sampah yang ada di sana) (Dwiyanti Suryono, 2019). *Financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *eco-anxiety-anxiety personal impact* menjadi landasan penelitian.

Penelitian ini berargumen bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *eco-anxiety-anxiety personal impact*. Penelitian ini didasarkan pada penelitian Kim (2021) yang menyatakan *financial self-efficacy* mengacu pada keyakinan seseorang dalam mengatasi perubahan ekonomi yang berubah dengan cepat seiring dengan berjalannya waktu. Terjadi kenaikan bahan bakar bensin yang dipicu oleh perang antara Rusia dan Ukraina. Individu yang memiliki *financial self-efficacy* yang kuat akan lebih memilih menggunakan kendaraan dengan tenaga listrik karena harga listrik yang stabil dan konsumsi bahan bakarnya lebih hemat. Individu yang menggunakan kendaraan listrik tidak akan merasakan *eco-anxiety-anxiety personal impact* karena individu tersebut menggunakan kendaraan yang ramah lingkungan yang tidak akan berdampak pada individu tersebut. Mengacu argumen diatas, pada penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : *Financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *eco-anxiety-anxiety personal impact*

### 2.3.5 Pengaruh *Eco-Anxiety Affective Symptoms* Terhadap *Attitudinal Loyalty*

*Affective symptoms* yang mempengaruhi *loyalty* merupakan hal penting yang harus diketahui oleh setiap individu. (Batouei et al., 2019) menyatakan bahwa menguatkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk dan pelayanan merupakan tujuan utama dalam membangun bisnis. Individu yang mengalami *affective symptoms* akan cenderung tidak dapat terkendali terhadap apa yang terjadi pada dirinya. Kecemasan tersebut mempunyai dampak negatif pada loyalitas konsumen, (misalnya seperti pembelian produk dengan kualitas yang buruk). Kecemasan tersebut bisa menurunkan loyalitas konsumen kepada penjual karena konsumen merasa di bohongi. Pengaruh *eco-anxiety affective symptoms* terhadap *attitudinal loyalty* belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya (Batouei et al., 2019). *Eco-anxiety affective symptoms* berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty* menjadi landasan untuk melakukan pengujian pada penelitian ini.

Penelitian ini berargumen *eco-anxiety affective symptoms* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*. Argumen ini di dasarkan pada penelitian Rajaobelina et al. (2021) menyatakan bahwa kecemasan yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk dan layanan bisa mempengaruhi loyalitas konsumen. Individu yang mengalami kecemasan terhadap perubahan lingkungan akan mendorong individu tersebut bertindak loyal. Seseorang yang mengalami pandemic COVID-19 yang berdampak pada kecemasan akan membuat seseorang tersebut bertindak loyal untuk membeli masker meskipun harganya mahal guna melindungi dirinya dari wabah. Mengacu pada argumen penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5 : *Eco-anxiety affective symptoms berpengaruh signifikan terhadap attitudinal loyalty*

### **2.3.6 Pengaruh *Eco-Anxiety Rumination* Terhadap *Attitudinal Loyalty***

Menganalisis tentang *eco-anxiety rumination* terhadap *attitudinal loyalty* merupakan hal penting yang harus diketahui oleh penjual. Hogg et al. (2021) menyatakan bahwa *eco-anxiety rumination* dapat bertahan lebih lama dari waktu ke waktu karena adanya dorongan kognisi (seperti pemikiran tentang lingkungan dan perilaku pribadi seseorang). Individu yang mengalami *eco-anxiety rumination* berdampak pada pemikiran tentang lingkungan akan membuat individu menjadi loyal untuk selalu menjaga lingkungan dengan menggunakan produk yang menjaga lingkungan (seperti kendaraan bertenaga listrik). Loyalitas mempunyai dampak yang positif merekomendasikan suatu produk yang sedang dipakai. Seseorang yang loyal pada produk ramah lingkungan tinggi akan berpotensi merekomendasikan produk yang bisa menjaga lingkungan. Pengaruh *eco-anxiety rumination* terhadap *attitudinal loyalty* belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya (Batouei et al., 2019). *Eco-anxiety rumination* berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty* menjadi landasan penelitian ini untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

Penelitian ini berargumen *eco-anxiety rumination* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*. Penelitian ini didasarkan pada penelitian Rajaobelina et al. (2021) loyalitas konsumen bisa berdampak pada pemikiran berkepanjangan pada konsumen yang mudah berubah dengan beralih dari suatu produk ke produk yang lain. Kecemasan pada lingkungan dapat berdampak positif untuk membuat

konsumen memikirkan loyalitas pada produk yang ramah lingkungan. Individu yang memikirkan kecemasan lingkungan akan dengan mudahnya beralih untuk menggunakan produk yang ramah lingkungan guna mengurangi dampak perubahan lingkungan. Mengacu pada argumen penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H6 : *Eco-anxiety rumination berpengaruh signifikan terhadap attitudinal loyalty*

### **2.3.7 Pengaruh *Eco-Anxiety Behavioral Symptoms* Terhadap *Attitudinal Loyalty***

Menganalisis tentang *eco-anxiety behavioral symptoms* terhadap *attitudinal loyalty* merupakan suatu hal penting yang harus diketahui oleh penjual. Rajaobelina et al. (2021) menyatakan bahwa loyalitas konsumen dapat didekati dengan beberapa cara *kognitif* (misalnya produk yang lebih baik) *affective* (misalnya keterkaitan) *konatif* (misalnya niat atau perilaku). Gejala perilaku pada kerusakan lingkungan dapat berdampak positif dalam loyalitas penggunaan produk ramah lingkungan. Perusahaan yang memproduksi produk ramah lingkungan dapat dengan mudahnya mendekati konsumen yang mengalami *eco-anxiety behavioral symptoms*. Pengaruh *eco-anxiety behavioral symptoms* terhadap *attitudinal loyalty* belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya (Batouei et al., 2019). Penelitian diatas menjadi landasan untuk melakukan pengujian pada *eco-anxiety behavioral symptoms* berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty*.

Penelitian ini berargumen *eco-anxiety behavioral symptoms* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*. Argumen ini di dasarkan pada penelitian Rajaobelina et al., (2021) individu yang merasakan perilaku kecemasan saat terjadi

perubahan lingkungan akan merasakan peningkatan resiko dan niat mereka untuk menggunakan produk akan bertambah. Semakin kuat rasa cemas yang dirasakan konsumen akan menjadikan konsumen tersebut semakin loyal. Kecemasan lingkungan yang terjadi pada seseorang karena kurangnya perilaku dalam menjaga lingkungan (misalnya penggunaan kendaraan yang menyebabkan polusi dan penggunaan plastik yang berlebihan). Mengacu pada argumen diatas, pada penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

*H7 : Eco-anxiety behavioral symptoms berpengaruh signifikan terhadap attitudinal loyalty*

### **2.3.8 Pengaruh *Eco-Anxiety-Anxiety About Personal Impact* Terhadap *Attitudinal Loyalty***

Memahami *eco anxiety-anxiety about personal impact* berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty* merupakan hal penting untuk diketahui. Hogg et al. (2021) menyatakan bahwa seseorang yang mengalami *anxiety about personal impact* berpotensi mengalami permasalahan kesehatan mental. Individu yang mengalami permasalahan mental akan cenderung menciptakan sikap loyal. Sikap loyal pada konsumen yang mengalami kecemasan bertujuan untuk mengurangi dampak kecemasan yang terjadi pada dirinya. Pengaruh *eco-anxiety-anxiety about personal impact* terhadap *attitudinal loyalty* belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya (Batouei et al., 2019). Melakukan pengujian *eco-anxiety-anxiety about personal impact* berpengaruh terhadap *attitudinal loyalty* menjadi landasan penelitian ini.

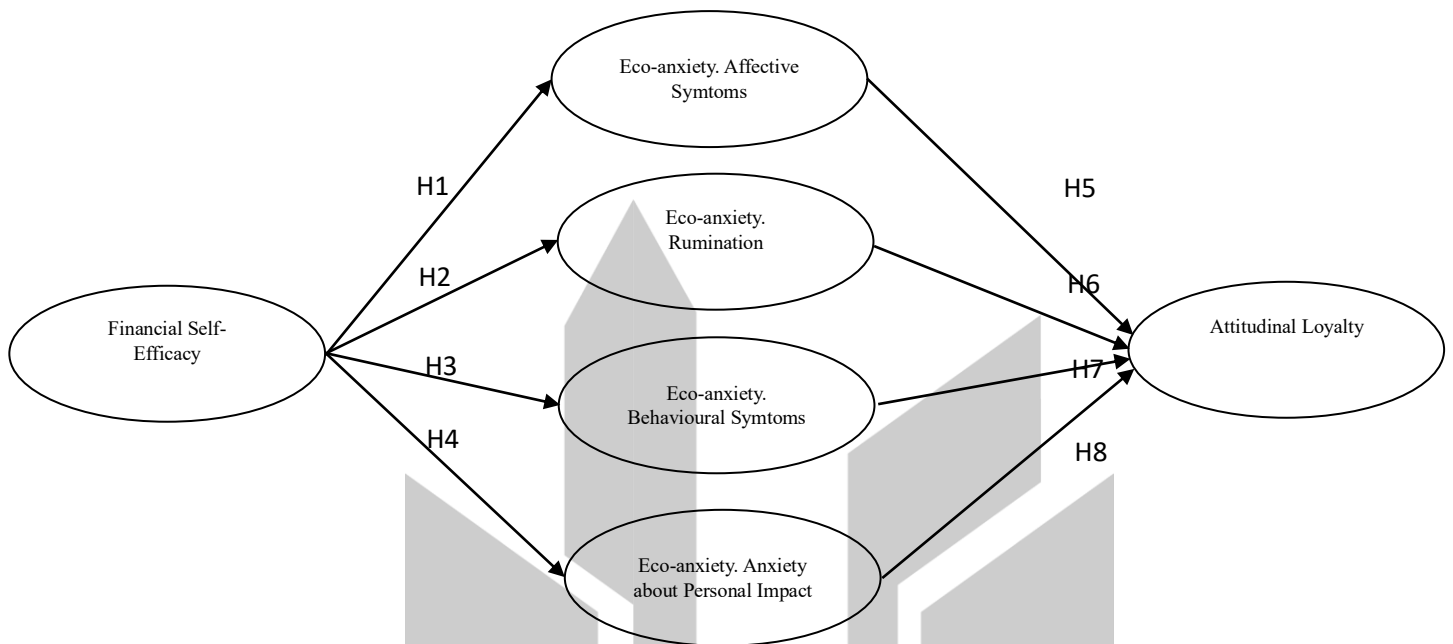


Penelitian ini berargumen *eco-anxiety-anxiety about personal impact* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*. Penelitian ini didasarkan pada penelitian Rajaobelina et al. (2021) yang menyatakan bahwa individu yang memikirkan dampak pribadi yang dirasakan pada kecemasan lingkungan dan berpengaruh terhadap loyalitas. Individu yang merasakan dampak pribadinya pada lingkungan akan cenderung untuk membeli produk yang terbaik dan ramah lingkungan. Sebuah produk yang mempunyai citra baik dalam menjaga lingkungan bisa membuat konsumen berperilaku loyal pada produk tersebut. Mengacu pada argumen diatas, pada penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H8 : *Eco-anxiety-anxiety about personal impact* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*

#### **2.4 Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan penjelasan teori dari penelitian sebelumnya yang diuraikan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut ini:



Gambar 2.3  
Kerangka Penelitian

## 2.5 Hipotesis Penelitian

H1: *Financial self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap eco-anxiety affective symptoms*

H2: *Financial self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap eco-anxiety rumination*

H3: *Financial self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap eco-anxiety behavioral symptoms*

H4: *Financial self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap eco-anxiety-anxiety personal impact*

H5: *Eco-anxiety affective symptoms* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*

H6: *Eco-anxiety rumination* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*

H7: *Eco-anxiety behavioral symptoms* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*

H8: *Eco-anxiety-anxiety about personal impact* berpengaruh signifikan terhadap *attitudinal loyalty*

Hipotesis satu sampai empat didasari pada penelitian (Kim, 2021) yang melakukan penelitian *financial self-efficacy* yang mempengaruhi *anxiety* pada penggunaan Bitcoin di era COVID-19. Hipotesis lima sampai delapan didasari penelitian (Batouei et al., 2019) yang melakukan penelitian *anxiety* yang mempengaruhi *loyalty* pada kualitas layanan penerbangan.