

BAB II

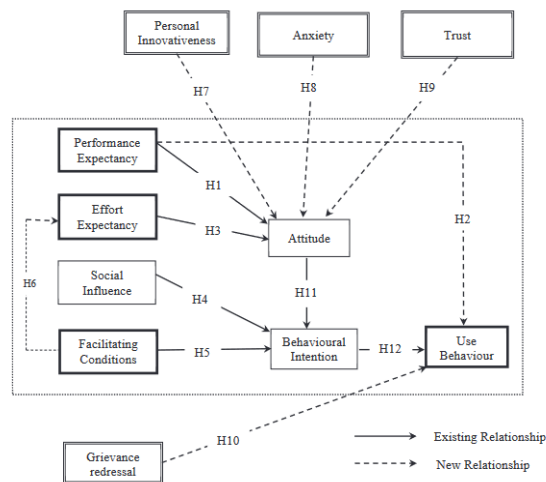
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam melengkapi hasil penelitian, peneliti menggunakan hasil penelitian sebelumnya untuk memperkuat analisis dalam penelitian. Mengenai jurnal, ada beberapa jurnal hasil penelitian sebelumnya yang dikutip sehubungan dengan judul penelitian, yaitu Pengaruh Persepsi kontrol perilaku, Norma subjektif, Kecemasan, Sikap dan niat perilaku pada Konsumen Shopee. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu :

2.1.1. Patil, Tamilmani, Rana, Raghavan (2020)

Penelitian yang berjudul “*Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu konsumen yang tertarik dengan pembayaran seluler di India. Penelitian ini mendistribusikan sebanyak 655 kuesioner dengan 445 melalui survei *online* dan 210 melalui *offline*. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan membangun inovasi pribadi, kecemasan dan kepercayaan produk memiliki hubungan yang positif pada perilaku penggunaan konsumen.



Sumber : Data diolah oleh Patil dkk (2020)

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Patil dkk (2020)

Persamaan

- 1) Persamaan dari variabel terdahulu dengan saat ini adalah kecemasan (*anxiety*), sikap (*attitude*) dan niat perilaku (*behavioral intention*).
- 2) Objek yang digunakan peneliti terdahulu dan saat ini yaitu sama-sama menggunakan aplikasi seluler.

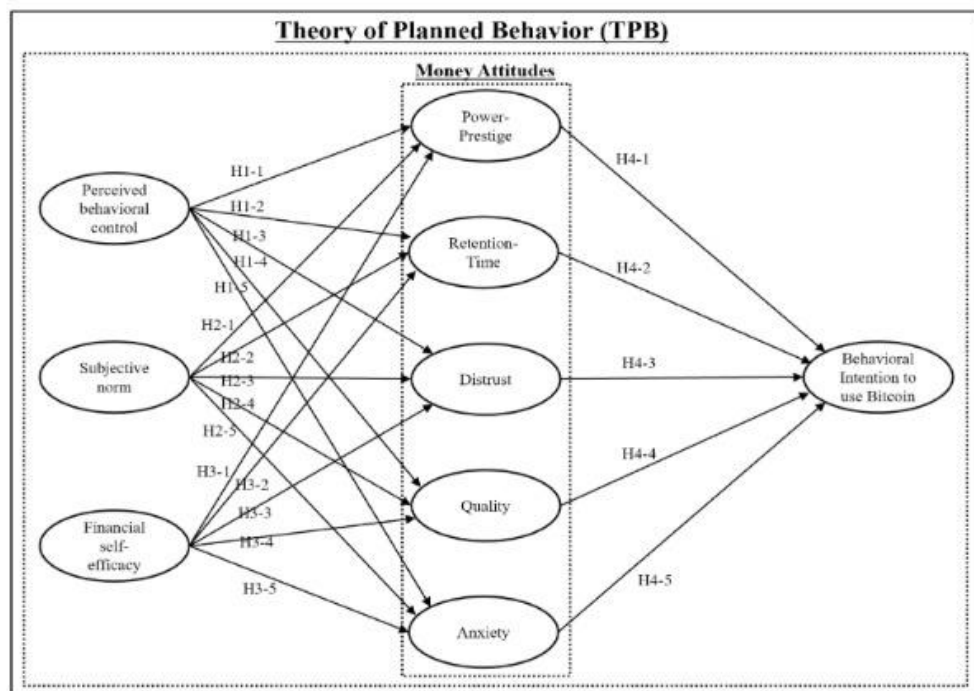
Perbedaan

- 1) Objek penelitian terdahulu adalah aplikasi pembayaran online sedangkan penelitian saat ini adalah aplikasi belanja online.
- 2) Pada penelitian terdahulu mengumpulkan data responden di India, sedangkan penelitian saat ini mengumpulkan data responden di Surabaya, Sidoarjo, Gresik, dan Mojokerto.

2.1.2. Kim (2021)

Penelitian yang berjudul “*A psychological approach to Bitcoin usage behavior in the era of COVID-19: Focusing on the role of sikap toward money*”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tiga kelompok konsumen di Amerika Serikat yang tertarik dengan Bitcoin. Penelitian ini mendistribusikan sebanyak 395 melalui survei *online*. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kontrol perilaku dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikan pada kekuasaan, retensi waktu, ketidakpercayaan, kualitas dan kecemasan. Hasilnya juga menunjukkan bahwa niat perilaku untuk menggunakan bitcoin dipengaruhi secara signifikan oleh kekuasaan, waktu retensi dan ketidakpercayaan.



Sumber : Data diolah oleh Kim (2021)

Gambar 2.2
Kerangka pemikiran Kim (2021)

Persamaan :

- 1) Metode dalam pengambilan data penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini yaitu dengan kuesioner.

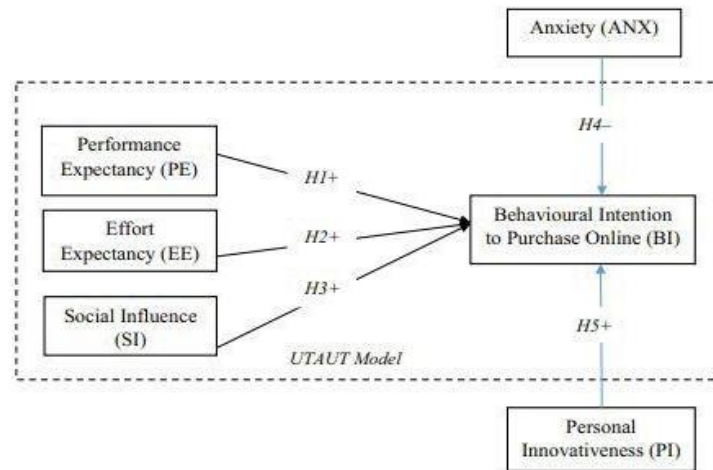
2) Penelitian sebelumnya memakai skala likert sama seperti penelitian saat ini.

Perbedaan :

- 1) Dalam penelitian terdahulu tidak ada variabel sikap (*attitude*) sedangkan pada penelitian saat ini ada.
- 2) Pada penelitian terdahulu mengumpulkan data responden di Amerika Serikat sedangkan pada penelitian saat ini di Surabaya, Sidoarjo, Gresik dan Mojokerto

2.1.3. Dewi, Mohaidin (2019)

Penelitian yang berjudul “*Determinants of online purchase intention: a PLS-SEM approach: evidence From Indonesia*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku untuk membeli *online* dan mengeksplorasi apakah ada perbedaan yang signifikan antara koefisien laki-laki dan perempuan di Indonesia. Penelitian ini mendistribusikan sebanyak 409 melalui survei *online*. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial memiliki pengaruh signifikan pada kelompok pria maupun wanita. Hasil lain juga menunjukkan bahwa kecemasan menunjukkan hasil yang signifikan terhadap niat perilaku untuk membeli secara *online* pada konsumen wanita daripada konsumen pria.



Sumber : Data diolah Dewi & Mohaidin (2019)

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran Dewi & Moahidin (2019)

Persamaan :

- 1) Dari variabel penelitian terdahulu dengan variabel penelitian saat ini yaitu terdapat kecemasan (*anxiety*), niat perilaku (*behavioral intention*).
- 2) Metode dalam pengambilan data penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu menggunakan kuesioner.

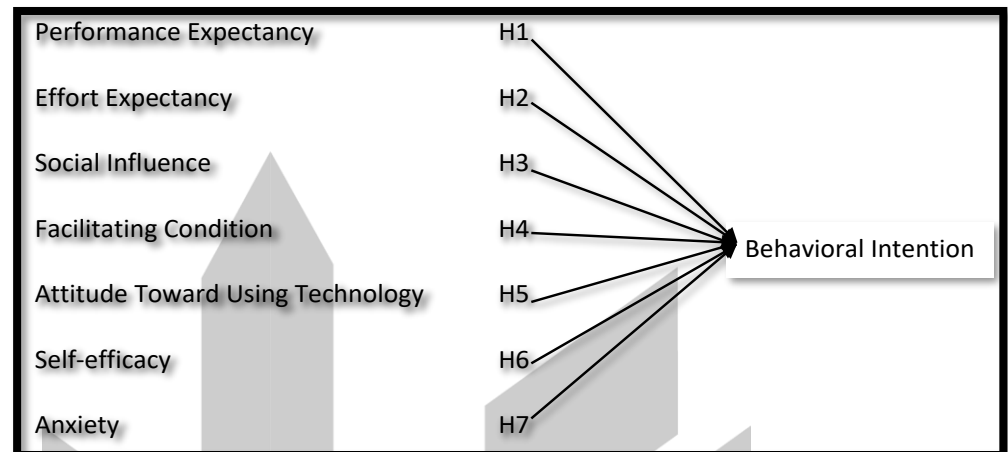
Perbedaan :

- 1) Pada penelitian terdahulu fokus pada belanja online sedangkan pada penelitian saat ini fokus pada aplikasi belanja online.

2.1.4. Zamzami dan Putra (2019)

Penelitian yang berjudul “*Intensity of Taxpayers Using E-Filing*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas perilaku wajib pajak pribadi dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Penelitian ini mendistribusikan sebanyak 163 melalui survei *online*. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hanya

kondisi fasilitas dan sikap terhadap teknologi yang berpengaruh signifikan, sedangkan yang lain berpengaruh namun tidak signifikan.



Sumber : Data diolah Zamzami & Putra (2019)

Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran Zamzami & Putra (2019)

Persamaan :

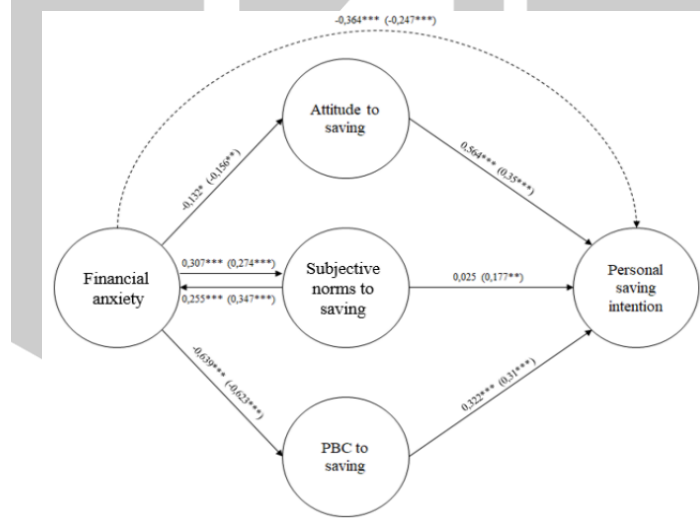
- 1) Metode penelitian terdahulu dan penelitian saat ini juga menggunakan google forms untuk pengambilan data.
- 2) Penelitian terdahulu menggunakan skala likert sama dengan penelitian saat ini

Perbedaan :

- 1) Pada penelitian terdahulu populasi dan sampel yang diuji yaitu masyarakat yang berdomisili di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, sedangkan pada penelitian saat ini yaitu masyarakat Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Mojokerto.
- 2) Dalam penelitian terdahulu yang diuji yaitu pelaporan pajak tahunan secara online sedangkan penelitian saat ini yaitu aplikasi belanja online Shopee.

2.1.5. Trkulja dan Tadic (2021)

Penelitian yang berjudul “*Financial anxiety and saving intentions during the Covid-19 crisis A comparison between Sweden and Serbia*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kecemasan keuangan yang diinduksi Covid-19 terhadap niat menabung generasi milenial. Berdasarkan pada Theory of Planned Behaviour, yang di kembangkan dengan variabel tambahan – kecemasan finansial. Penelitian ini mendistribusikan sebanyak 320 melalui survei *online*. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kecemasan keuangan berpengaruh negatif terhadap niat menabung di kedua negara. Selain itu, kecemasan finansial berdampak negatif pada tiga dari empat komponen yaitu sikap untuk menabung, kontrol perilaku yang dirasakan untuk menabung, niat menabung pribadi dari *Theory of Planned Behavior*.



Sumber : Data diolah Trkulja dan Tadic (2021)

Gambar 2.5

Kerangka pemikiran Trkulja dan Tadic (2021)

Persamaan :

- 1) Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan skala likert.

- 2) Dalam penelitian terdahulu dan penelitian saat ini juga sama memiliki batasan usia pada pengambilan data.

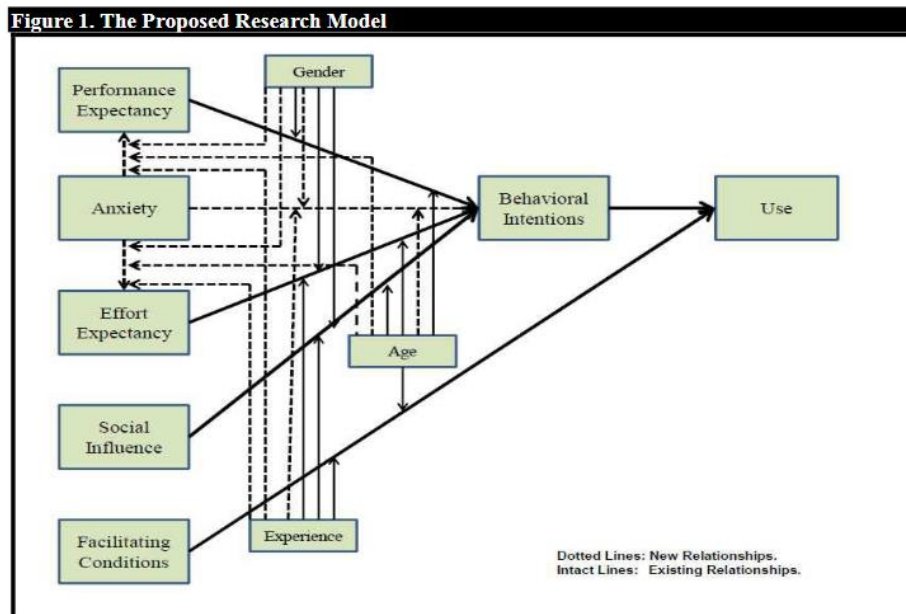
Perbedaan :

- 1) Objek penelitian terdahulu adalah niat menabung sedangkan penelitian saat ini aplikasi belanja online.
- 2) Pada penelitian terdahulu mengumpulkan data responden di dua negara yaitu Swedia dan Serbia sedangkan penelitian pada saat ini mengumpulkan data responden di Surabaya, Sidoarjo, Gresik dan Mojokerto.

2.1.6. Celik (2016)

Penelitian yang berjudul “*Customer Online Shopping Anxiety Within the Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT) Framework*”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kecemasan terhadap niat berperilaku dalam model UTAUT yang diterapkan pada belanja online. Penelitian ini mendistribusikan sebanyak 506 melalui survei *offline*. Dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kecemasan terhadap niat berperilaku berpengaruh negatif



Sumber : Data diolah Trkulja dan Tadic (2021)

Gambar 2.6
Kerangka pemikiran Celik (2016)

Persamaan :

- 1) Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan skala likert.
- 2) Objek penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini penggunaan aplikasi belanja online.

Perbedaan :

- 1) Metode penelitian terdahulu menggunakan cara tradisional yaitu offline sedangkan penelitian saat ini juga menggunakan google forms untuk pengambilan data.
- 2) Pada penelitian terdahulu mengumpulkan data responden di Turki sedangkan penelitian pada saat ini mengumpulkan data responden di Surabaya, Sidoarjo, Gresik dan Mojokerto.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1.	Patil dkk (2020)	Untuk mengetahui bagaimana kecemasan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berperilaku dalam penggunaan pembayaran seluler di India.	IV : Kecemasan DV : Niat berperilaku	655 responden masyarakat India	Analisis multivariant (CFA)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecemasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat berperilaku penggunaan pembayaran seluler di India.
2.	Kim (2021)	Untuk mengetahui bagaimana persepsi kontrol perilaku, norma subjektif, kecemasan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku berdasarkan teori berperilaku terencana.	IV : Persepsi kontrol perilaku Norma subjektif Kecemasan DV : Niat berperilaku	395 responden masyarakat Amerika Serikat	Analisis varian satu arah (ANOVA)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol perilaku dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap kecemasan dan kecemasan berpengaruh negatif terhadap niat berperilaku.
3.	Dewi & Mohaidin (2019)	Untuk mengetahui	IV : Kecemasan	409 responden	Analisis Multisampel	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

No	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
		bagaimana kecemasan mempengaruhi niat beli online konsumen	DV : Niat berperilaku	masyarakat Indonesia		kecemasan memiliki pengaruh negatif pada niat berperilaku online di Indonesia.
4.	Zamzami & Putra (2019)	Untuk mengetahui bagaimana kecemasan berengaruh signifikan positif terhadap niat berperilaku dalam penggunaan wajib pajak pribadi dengan menggunakan UTAUT	IV : Kecemasan DV : Niat berperilaku	163 responden masyarakat Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi	Analisis SEM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecemasan berpengaruh negatif terhadap niat perilaku wajib pajak dalam menggunakan <i>e-filing</i> .
5.	Trkulja dan Tadic (2021)	Untuk mengetahui bagaimana norma subjektif berpengaruh secara signifikan positif terhadap kecemasan keuangan yang diinduksi Covid-19 terhadap niat	IV : Norma subjektif DV : Kecemasan	320 responden masyarakat Swedia dan Serbia	Analisis faktor eksploratori.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif dalam menabung berpengaruh positif terhadap kecemasan.

No	Nama dan Tahun	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
		menabung generasi milenial berdasarkan Theory of Planned Behaviour				
6.	Celik (2016)	Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kecemasan terhadap niat berperilaku yang diterapkan pada belanja online	IV : Kecemasan DV : Niat berperilaku	560 responden mahasiswa di Turki Barat	Analisis PLS	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecemasan memiliki hubungan negatif yang signifikan pada niat berperilaku belanja online..

Sumber : (Patil dkk, 2020), (Kim, 2021), (Dewi & Mohaidin, 2019), (Japar dkk, 2020), (Al-Swidi dkk, 2014), (Nugroho dkk, 2018)

2.2. Landasan Teori

Pada landasan teori ini akan menjelaskan terkait teori yang mendukung definisi dari kecemasan konsumen yang menjadi keputusan pembelian dari penelitian terdahulu.

2.2.1. Norma Subjektif

Norma subjektif merupakan persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang sedang dipertimbangkan. Menurut Trkulja & Tadic, (2021) tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Definisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku orang lain berfungsi sebagai faktor motivasi perilaku individu. Seseorang akan mempertimbangkan persepsi orang disekitar bahwa tindakan tertentu harus diambil atau tidak boleh diambil (Kim, 2021). Dengan kata lain norma subjektif mempertimbangkan perilaku orang lain untuk melakukan suatu tindakan.

Seorang individu akan meyakini bahwa lingkungan sekitar mendukung apa yang dilakukan. Peran penting norma subjektif yaitu menjelaskan tingkat penerimaan teknologi, dimana pengaruh ini bisa datang dari teman, keluarga atau media. (Japar dkk, 2020). Norma subjektif terbentuk karena adanya keyakinan normatif dan motivasi dari referen yang dipercayai oleh konsumen. Norma subjektif memiliki hubungan dengan persepsi kontrol perilaku dan berpengaruh secara signifikan terhadap kecemasan konsumen Shopee. Indikator variabel merujuk kepada indikator yang dikembangkan oleh Kim (2021) sebagai berikut :

- 1) Pendapat orang lain
- 2) Tekanan sosial
- 3) Mempengaruhi

2.2.2. Persepsi Kontrol Perilaku

Persepsi kontrol perilaku menggambarkan evaluasi individu dalam mengontrol perilaku yang direncanakan. Menurut Kim, (2021) keterampilan, faktor lingkungan, dan kemampuan berperan penting dalam persepsi kontrol perilaku.

Perceived behavioral control didefinisikan dengan keyakinan tentang ada atau tidaknya faktor yang dapat mempengaruhi individu melakukan suatu perilaku.

Pengalaman masa lalu individu terhadap suatu perilaku bisa dipengaruhi oleh informasi yang didapat dari orang lain, misalnya dari pengalaman orang dikenal seperti keluarga, pasangan dan teman.

Evaluasi yang diberikan dari individu tersebut berhubungan dengan tingkat penjualan. Menurut Patil dkk, (2020) perilaku manusia cenderung di bawah kontrol kehendak, mengacu pada bagaimana individu berurusan dengan situasi melalui perilaku dengan kontrol kehendak yang dirasakan. Dari definisi menjelaskan bahwa mengacu pada bagaimana individu berurusan dengan situasi melalui perilaku dengan kontrol kehendak yang dirasakan. Individu melakukan observasi mengenai pengetahuan yang dimiliki diri sendiri maupun orang lain. Keyakinan tentang faktor-faktor yang mendukung dan menghambat perilaku didasarkan pada pengalaman masa lalu individu. Indikator variabel merujuk pada indikator yang dikembangkan oleh Kim (2021) sebagai berikut :

- 1) Kemampuan melakukan tindakan

- 2) Kendali diri
- 3) Pemahaman akan suatu hal

2.2.3. Kecemasan

Kecemasan menggambarkan gangguan psikologis dengan berupa rasa takut yang mendalam terhadap masa yang akan datang. Menurut Dewi dkk, (2019) kecemasan mengacu pada ketakutan akan konsekuensi yang tidak diketahui. Dari definisi tersebut kecemasan selalu memiliki perasaan gelisah dan takut. Kecemasan mengacu pada rasa takut misalnya kesedihan, persepsi dan stres yang disebabkan oleh situasi yang menciptakan stres (Kim, 2021). Penyebab gangguan kecemasan tidak diketahui secara pasti namun indikatornya yaitu genetik, biologi, reaksi kimia, stres, dan lingkungan. Namun lingkungan dan stres memiliki faktor yang cukup signifikan terhadap kecemasan konsumen. Internet yang berkembang pesat dapat menimbulkan kecemasan. Menurut Dewi dkk, (2019) internet dengan cepat menjadi saluran belanja baru, sebagian besar pembeli online. Dari definisi tersebut internet juga ikut andil dalam kecemasan konsumen. Konsumen merasa FOMO (*fear missing out*) merasa ketinggalan sehingga konsumen merasa cemas. Konsumen yang memiliki gangguan kecemasan dapat melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan informasi produk. Indikator variabel merujuk pada indikator yang dikembangkan oleh (Patil dkk, 2020) sebagai berikut :

- 1) Gugup.
- 2) Khawatir.
- 3) Ragu.

2.2.4. Niat Berperilaku

Niat berperilaku menggambarkan perilaku individu yang direncanakan. Menurut Patil dkk, (2020) niat bisa menangkap berbagai faktor motivasi individu yang mempengaruhi mereka untuk melakukan suatu perilaku. Definisi tersebut menunjukkan bahwa niat perilaku dipengaruhi sangat besar oleh lingkungan. Motivasi individu yang akan terlibat dalam perilaku (Celik, 2016). Niat berperilaku mewakili sejauh mana keinginan dan upaya individu untuk melakukan perilaku yang mendasarinya.

Keinginan Individu merupakan suatu dorongan untuk mewujudkan perilaku. Menurut Dewi & Mohaidin, (2019) niat seseorang untuk menggunakan teknologi sistem memainkan posisi penting dalam perilaku penggunaan teknologi. Dari definisi tersebut dapat diketahui penerimaan pengguna terhadap teknologi baru atas rekomendasi oleh lingkungan. Dalam penelitian ini mencerminkan kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu untuk memfasilitasi pencapaian tujuan. Keinginan untuk terus menggunakan, dan keinginan untuk mempengaruhi pengguna lain dapat memprediksi tingkat penggunaan teknologi seseorang. Indikator variabel merujuk pada indikator (Patil dkk, 2020) :

- 1) Mencoba menggunakan kembali
- 2) Berencana sering menggunakan
- 3) Merekomendasikan

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Norma Subjektif terhadap Kecemasan

Hasil dari penelitian sebelumnya Kim, (2021) menyatakan bahwa norma subjektif memiliki hubungan positif signifikan terhadap kecemasan. Norma subjektif adalah sebuah pandangan terhadap orang lain. Kecemasan adalah perasaan akan takut atau gelisah. Hubungan antara dua variabel ialah persepsi seseorang terhadap kepercayaan orang lain dapat menimbulkan rasa cemas.

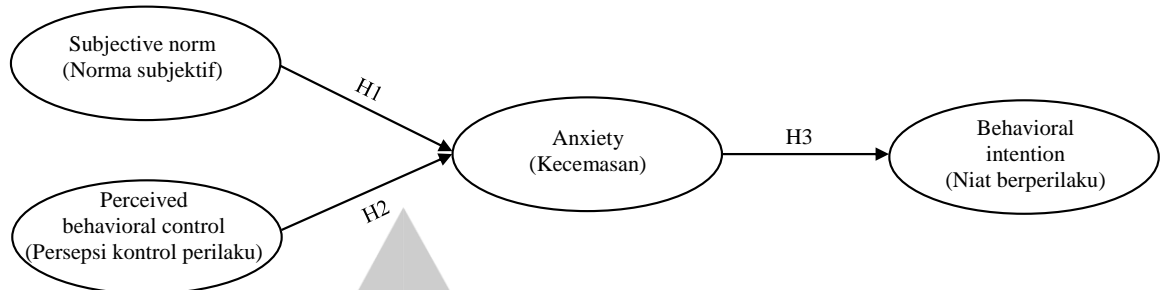
2.3.2. Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Kecemasan

Hasil dari penelitian sebelumnya Kim, (2021) menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki hubungan positif signifikan terhadap kecemasan. Persepsi kontrol perilaku adalah kontrol terhadap seorang individu. Kecemasan gangguan psikologi yang menimbulkan rasa khawatir. Hubungan antara dua variabel ialah persepsi seseorang terhadap kepercayaan orang lain dapat menimbulkan rasa cemas.

2.3.3. Kecemasan terhadap Niat Berperilaku

Hasil dari penelitian sebelumnya Patil dkk, (2020) menyatakan bahwa kecemasan memiliki hubungan negatif signifikan terhadap niat berperilaku. Kecemasan gangguan psikologi yang menimbulkan rasa khawatir akan suatu hal yang akan datang. Niat berperilaku adalah motivasi individu yang akan terlibat dalam perilaku. Hubungan antara dua variabel ialah rasa khawatir seorang individu membuat seorang tersebut dapat mengontrol yang akan dilakukan.

2.4. Kerangka Pemikiran



Sumber : (Patil dkk, 2020), (Kim, 2021)

Gambar 2.7
Kerangka pemikiran Vanindya Risqy Jalani (2022)

2.5. Hipotesis Penelitian

H1: Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap kecemasan konsumen

Shopee

H2: Persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap kecemasan

konsumen Shopee

H3: Kecemasan berpengaruh negatif terhadap niat berperilaku konsumen

Shopee