

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini dibuat berdasarkan penelitian yang sudah ada sebelumnya tentang niat menggunakan terhadap kecemasan yang dipengaruhi oleh kelelahan bermedia sosial dan rasa tertinggal yang mendukung kecemasan tersebut.

##### **2.1.1 Amandeep Dhir, Yossiri Yossatorn, Puneet Kaur, & Sufen Chen (2018)**

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2018 ini berjudul “*Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression*”. Penelitian ini menggunakan model penelitian kuantitatif, dan mengumpulkan sampel menggunakan survey. Sedangkan metode analisis yang dilakukan adalah *IBM SPSS 23.0* dan *IBM AMOS 23.0*, dan teknik analisis data menggunakan model *confirmatory factor analysis* (CFA) untuk mengevaluasi kecocokan model dengan memanfaatkan indeks kecocokan model yang berbeda.

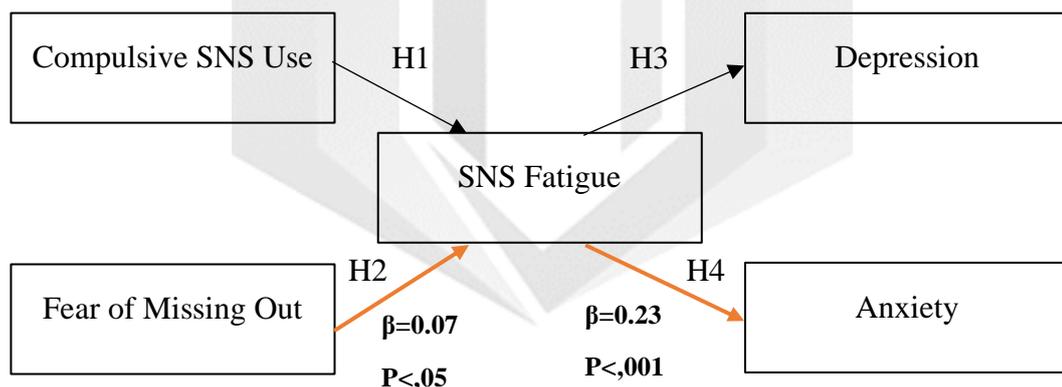
Penelitian yang dilakukan oleh (Dhir et al., 2018) bertujuan untuk mengkonfirmasi:

1. Penggunaan media sosial yang kompulsif mengakibatkan kelelahan bermedia sosial dan hubungan ini konsisten dari waktu ke waktu.
2. Rasa Tertinggal menghasilkan kelelahan bermedia sosial dan hubungan ini konsisten dari waktu ke waktu.

3. Kelelahan bermedia sosial menghasilkan depresi yang lebih tinggi dan hubungan ini konsisten dari waktu ke waktu.
4. Kelelahan bermedia sosial menghasilkan kecemasan yang lebih tinggi dan hubungan ini konsisten dari waktu ke waktu.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Dhir et al., 2018) adalah :

1. Penggunaan media sosial kompulsif berhubungan positif dengan kelelahan bermedia sosial dari waktu ke waktu.
2. Rasa Tertinggal berhubungan positif dengan kelelahan bermedia sosial dari waktu ke waktu.
3. Kelelahan bermedia sosial berhubungan positif dengan depresi dari waktu ke waktu.
4. Kelelahan bermedia sosial berhubungan positif dengan kecemasan dari waktu ke waktu.



Gambar 2.1  
 Kerangka Amandeep Dhir, Yossiri Yossatorn, Puneet Kaur, & Sufen Chen  
 (2018).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Memiliki kesamaan variabel, yaitu rasa tertinggal, kelelahan bermedsos, dan kecemasan konsumen.
2. Terdapat kesamaan penggunaan metode analisis, yaitu menggunakan software *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.
3. Memiliki kesamaan model penelitian, yaitu model penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Teknik pengumpulan sampel penelitian terdahulu menggunakan survey kepada remaja pengguna sosial media di India untuk mengumpulkan datanya, sedangkan teknik pengumpulan sampel penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang ada di Surabaya dan sekitarnya.
2. Penelitian terdahulu difokuskan kepada remaja pengguna sosial media *Facebook* di India, sementara penelitian ini difokuskan kepada responden berusia diatas 17 tahun yang menggunakan aplikasi *marketplace Shopee* di Surabaya dan sekitarnya.
3. Penelitian terdahulu menggunakan metode *structural equation modeling (SEM)* sebagai model struktural, sementara penelitian ini menggunakan model *structural equation modelling – partial least square (SEM-PLS)*.
4. Analisis data pada penelitian terdahulu menggunakan model *confirmatory factor analysis (CFA)* sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan statistik kuantitatif.

5. Penelitian terdahulu menggunakan *software IBM SPSS 23.0* dan *IBM AMOS 23.0* untuk menganalisis data, sementara penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS 26* untuk mengolah uji validitas dan reliabilitas sampel kecil dan menggunakan *software WarpPLS 8.0* untuk mengolah analisis data.

### 2.1.2 Citra Kusuma Dewi, Zurina Mohaidin, & Mohsen Ali Murshid (2020)

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 ini berjudul “*Determinants of online purchase intention: a PLS-SEM approach: evidence from Indonesia*”. Penelitian ini menggunakan model penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner, dan menggunakan *five-point likert scale*. Sementara teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*. Sedangkan metode analisis yang dilakukan menggunakan *software SmartPLS 3.2.7*, dan teknik analisis data menggunakan model SEM-PLS

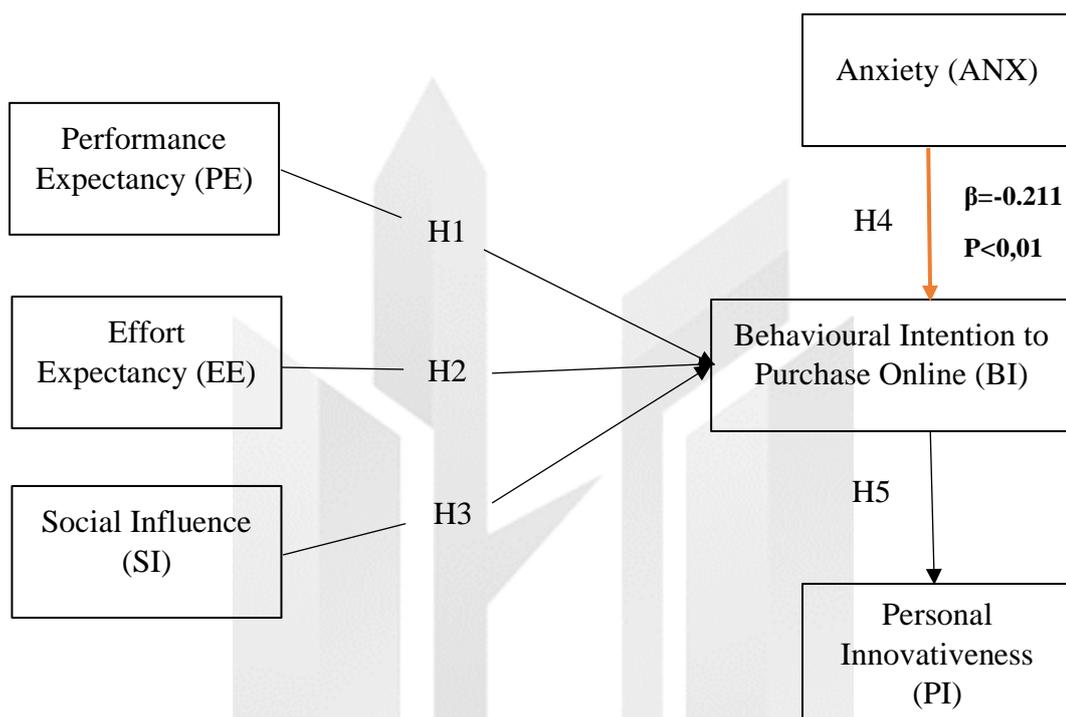
Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2020) bertujuan untuk mengkonfirmasi:

1. Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat beli online.
2. Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat beli online.
3. Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat beli online.
4. Kecemasan memiliki efek negatif pada niat pembelian online.
5. Inovasi pribadi memiliki efek positif pada niat pembelian online.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2020) adalah:

1. Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat beli online.

2. Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat beli online.
3. Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat beli online.
4. Kecemasan memiliki efek negatif pada niat pembelian online.
5. Inovasi pribadi memiliki efek positif pada niat pembelian online.



Gambar 2.2

Kerangka Citra Kusuma Dewi, Zurina Mohaidin, & Mohsen Ali Murshid (2020).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Memiliki kesamaan variabel, yaitu kecemasan konsumen, dan niat menggunakan.
2. Memiliki kesamaan model penelitian, yaitu model penelitian kuantitatif.
3. Memiliki kesamaan dalam melakukan analisis statistik, yaitu menggunakan *structural equation modelling – partial least square (SEM-PLS)*.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Teknik pengumpulan sampel menggunakan model *snowball sampling*, dan subyek penelitiannya adalah responden di seluruh wilayah Indonesia untuk mengumpulkan datanya, sedangkan teknik pengumpulan sampel penelitian ini menggunakan model *purposive sampling* yang ditujukan kepada responden yang ada di Surabaya dan sekitarnya.
2. Penelitian terdahulu menggunakan kuesioner sebanyak 409 responden untuk diteliti, sementara penelitian ini menggunakan kuesioner sebanyak 177 responden.
3. Penelitian terdahulu menggunakan *five-point likert scale*, sementara penelitian ini menggunakan *seven-point likert scale*.
4. Penelitian terdahulu menggunakan *software SmarPLS 3.2.7* untuk menganalisis data, sementara penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS 26* untuk mengolah uji validitas dan reliabilitas sampel kecil dan menggunakan *software WarpPLS 8.0* untuk mengolah analisis data.

### **2.1.3 Catharina Schmidt, Ricardo Muench, Florian Schneider, Stephan Breitenbach, & Astrid Carolus (2018)**

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2018 ini berjudul “*Generation “always on” turned off. effects of smartphone separation on anxiety mediated by the fear of missing out*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menggunakan partisipan sebagai subyek penelitian, dan partisipan diarahkan ke sebuah komputer lalu diminta untuk menjawab sebuah kuesioner yang sudah disediakan oleh peneliti. Sementara metode analisis yang dilakukan oleh peneliti

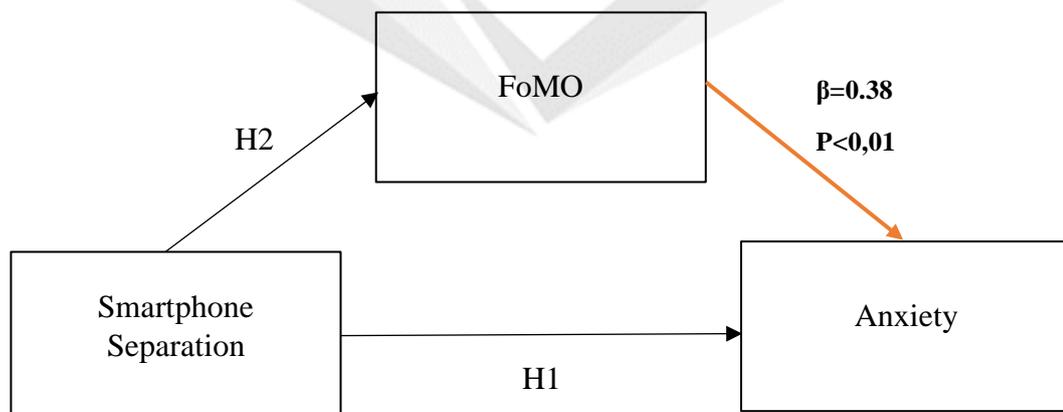
adalah *regression-based approach* dengan mengukur item pernyataan menggunakan *four - point likert scale*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Schmidt et al., 2018) bertujuan untuk mengkonfirmasi:

1. Pengguna yang terpisah dari *smartphone* mengalami tingkat kecemasan yang jauh lebih tinggi daripada pengguna yang tidak terpisah dari ponselnya.
2. Pengaruh pemisahan *smartphone* terhadap tingkat kecemasan pengguna dimediasi secara signifikan oleh *FoMO*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Schmidt et al., 2018) adalah:

1. Pengguna yang terpisah dari *smartphone* mengalami tingkat kecemasan yang jauh lebih tinggi daripada pengguna yang tidak terpisah dari ponselnya.
2. Pengaruh pemisahan *smartphone* terhadap tingkat kecemasan pengguna dimediasi secara signifikan oleh *FoMO*.



Gambar 2.3  
Kerangka Catharina Schmidt, Ricardo Muench, Florian Schneider, Stephan Breitenbach, & Astrid Carolus (2018).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Memiliki kesamaan variabel, yaitu rasa tertinggal, dan kecemasan konsumen.
2. Memiliki kesamaan model penelitian, yaitu model penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Teknik pengumpulan sampel menggunakan kuesioner yang dikumpulkan dari partisipan yang mengikuti penelitian secara langsung, dan subyek penelitiannya adalah 85 partisipan yang dikumpulkan di dalam satu ruangan, sedangkan teknik pengumpulan sampel penelitian ini menggunakan model *purposive sampling* yang ditujukan kepada responden yang ada di Surabaya dan sekitarnya.
2. Penelitian terdahulu menggunakan *four-point likert scale*, sementara penelitian ini menggunakan *seven-point likert scale*.
3. Penelitian terdahulu menggunakan *metode regression-based approach* untuk menganalisis data, sementara penelitian ini menggunakan metode *structural equation modelling – partial least square* (SEM-PLS) untuk menganalisis data.

#### **2.1.4 Agata H Świątek, Małgorzata Szcześniak, & Grażyna Bielecka (2021)**

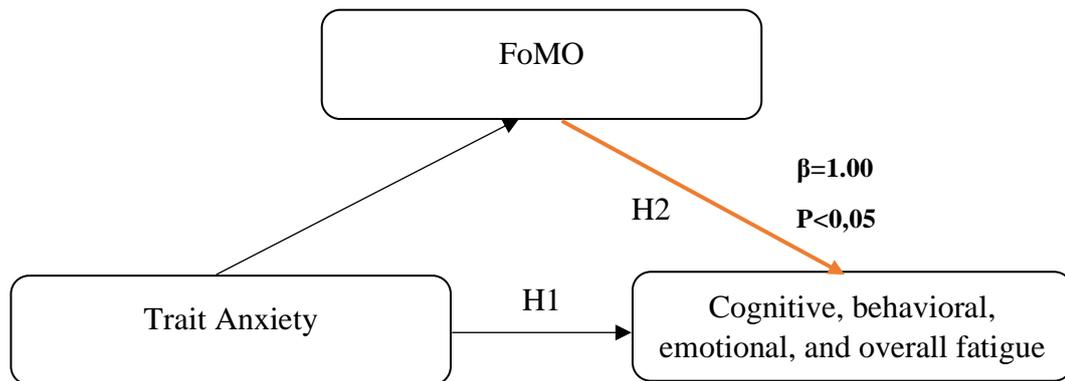
Penelitian yang dilakukan pada tahun 2021 ini berjudul “*Trait anxiety and social media fatigue: Fear of missing out as a mediator*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menggunakan responden sebagai subyek penelitian, dan teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*. Sedangkan metode analisis yang dilakukan menggunakan *software IBM SPSS Statistic 23*, dengan mengukur item pernyataan menggunakan *five - point likert scale*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Świątek et al., 2021) bertujuan untuk mengkonfirmasi:

1. Kecemasan sifat berhubungan positif dengan kelelahan media sosial.
2. FoMO berhubungan positif dengan kelelahan media sosial.
3. FoMO memediasi hubungan antara sifat kecemasan dan kelelahan media sosial.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Świątek et al., 2021) adalah:

1. Kecemasan sifat berhubungan positif dengan kelelahan media sosial.
2. FoMO berhubungan positif dengan kelelahan media sosial.
3. FoMO memediasi hubungan antara sifat kecemasan dan kelelahan media sosial.



Gambar 2.4

Kerangka Agata H Świątek, Małgorzata Szcześniak, & Grażyna Bielecka (2021).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Memiliki kesamaan variabel, yaitu rasa tertinggal, dan kelelahan bermedsos.
2. Memiliki kesamaan dalam menggunakan metode penelitian, yakni penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *snowball sampling*, dan kuesioner yang dikumpulkan dari subyek penelitiannya adalah 264 partisipan, sedangkan teknik pengumpulan sampel penelitian ini menggunakan model *purposive sampling* yang ditujukan kepada responden yang ada di Surabaya dan sekitarnya.
2. Penelitian terdahulu menggunakan *five-point likert scale*, sementara penelitian ini menggunakan *seven-point likert scale*.

3. Penelitian terdahulu menggunakan *software IBM SPSS Statistic 23* untuk menganalisis data, sementara penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS 26* untuk mengolah uji validitas dan reliabilitas sampel kecil dan menggunakan *software WarpPLS 8.0* untuk mengolah analisis data.

#### **2.1.5 Hsi-Peng Lu, & Philip Yu-Jen Su (2009)**

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2009 ini berjudul “*Factors affecting purchase intention on mobile shopping web sites*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan menggunakan model teknik pengumpulan sampel *snowball sampling* dengan jumlah partisipan profesional sebanyak 382 sebagai subyek penelitian dengan jumlah valid sampel sebanyak 369 responden. Sementara metode analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah *structural equation modeling (SEM)* dengan mengukur item pernyataan menggunakan *five - point likert scale*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Lu & Su, 2009) bertujuan untuk mengkonfirmasi:

1. Kecemasan akan berdampak negatif pada niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.
2. Keterampilan seluler akan berdampak negatif pada kecemasan, secara positif akan mempengaruhi kenikmatan, dan secara positif juga akan mempengaruhi kegunaan dalam menggunakan MSS di situs web m-shopping.
3. Kemudahan untuk mengakses secara positif akan mempengaruhi kenikmatan, secara positif akan mempengaruhi niat pelanggan, dan secara

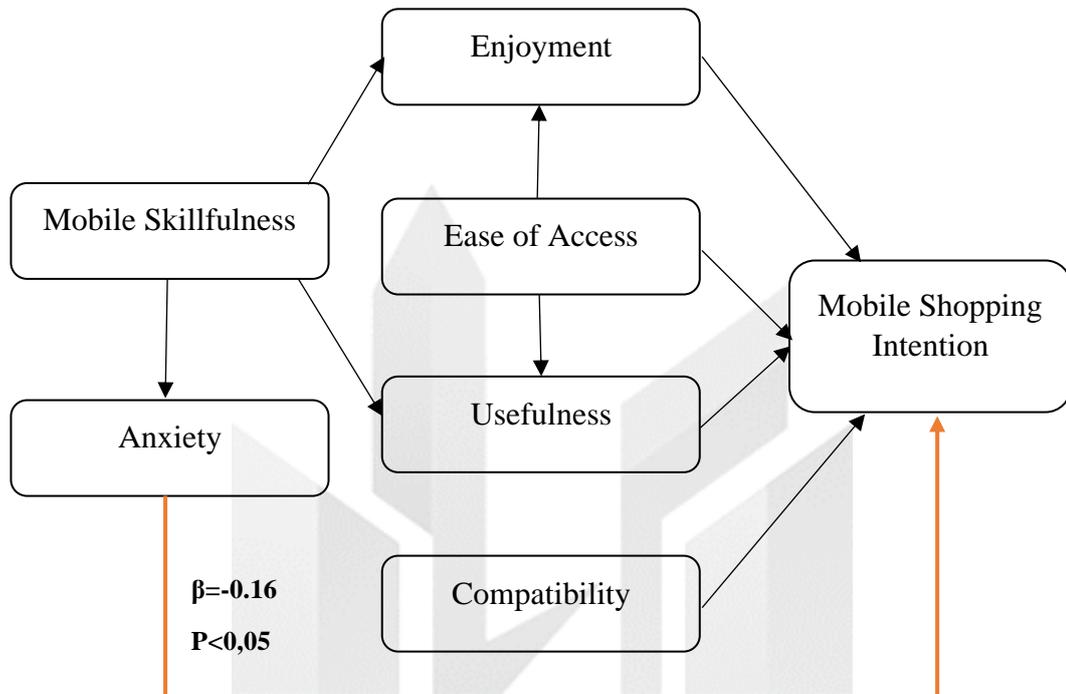
positif juga akan mempengaruhi kegunaan dalam menggunakan MSS di situs web m-shopping.

4. Kegunaan akan secara positif mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.
5. Kenikmatan akan secara positif memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.
6. Kompatibilitas akan secara positif memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Lu & Su, 2009) adalah:

1. Kecemasan akan berdampak negatif pada niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.
2. Keterampilan seluler akan berdampak negatif pada kecemasan, secara positif akan mempengaruhi kenikmatan, dan secara positif juga akan mempengaruhi kegunaan dalam menggunakan MSS di situs web m-shopping.
3. Kemudahan untuk mengakses secara positif akan mempengaruhi kenikmatan, secara positif akan mempengaruhi niat pelanggan, dan secara positif juga akan mempengaruhi kegunaan dalam menggunakan MSS di situs web m-shopping.
4. Kegunaan akan secara positif mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.
5. Kenikmatan akan secara positif memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.

6. Kompatibilitas akan secara positif memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.



Gambar 2.5  
Kerangka Hsi-Peng Lu, & Philip Yu-Jen Su (2009).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Memiliki kesamaan variabel, yaitu kecemasan konsumen, dan niat menggunakan.
2. Memiliki kesamaan model penelitian, yaitu model penelitian kuantitatif.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini:

1. Teknik pengumpulan sampel menggunakan kuesioner yang dikumpulkan dari partisipan yang mengikuti penelitian secara online dengan menggunakan

teknis pengumpulan sampel *snowball sampling*, dan subyek penelitiannya sebanyak 382 partisipan yang ada di Taiwan, sedangkan teknik pengumpulan sampel penelitian ini menggunakan model *purposive sampling* yang ditujukan kepada responden yang ada di Surabaya dan sekitarnya.

2. Penelitian terdahulu menggunakan *five-point likert scale*, sementara penelitian ini menggunakan *seven-point likert scale*.
3. Penelitian terdahulu menggunakan *metode structural equation modeling (SEM)* sebagai model struktural, sementara penelitian ini menggunakan model *structural equation modelling – partial least square (SEM-PLS)*.

Tabel 2.1  
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Topik Penelitian	Variabel	Sampel	Teknik Analisis	Hasil
1	Amandeep Dhir, Yossiri Yossatorn, Puneet Kaun, & Sufen Chen (2018)	<i>Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression</i>	<i>Compulsive SNS Use; FoMO; SNS Fatigue; Depression; Anxiety</i>	2,698 responden pengguna sosial media Facebook di India	<i>repeated cross-sectional data</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan SNS kompulsif berhubungan positif dengan kelelahan SNS dari waktu ke waktu FoMO.</li> <li>2. FoMO berhubungan positif dengan kelelahan SNS dari waktu ke waktu.</li> <li>3. Kelelahan SNS berhubungan positif dengan depresi dari waktu ke waktu.</li> <li>4. Kelelahan SNS berhubungan positif dengan kecemasan dari waktu ke waktu.</li> </ol>
2	Citra Kusuma Dewi, Zurina Mohaidin, & Mohsen Ali Murshid (2020)	<i>Determinants of online purchase intention: a PLS-SEM approach: evidence from Indonesia</i>	<i>Performance Expectancy; Effort Expectancy; Social Influence; Anxiety; Behavioural</i>	<i>snowball sampling</i> ; 409 responden yang ada di Indonesia	<i>structural equation modelling – partial least square</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat beli online.</li> <li>2. Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat beli online.</li> </ol>

No.	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Topik Penelitian	Variabel	Sampel	Teknik Analisis	Hasil
			<i>Intention to Purchase Online; Personal Innovativeness</i>			<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat beli online.</li> <li>4. Kecemasan memiliki efek negatif pada niat pembelian online.</li> <li>5. Inovasi pribadi memiliki efek positif pada niat pembelian online.</li> </ol>
3	Catharina Schmidt, Ricardo Muench, Florian Schneider, Stephan Breitenbach, & Astrid Carolus (2018)	<i>Generation “always on” turned off. effects of smartphone separation on anxiety mediated by the fear of missing out</i>	<i>Smartphone Separation; FoMO; Anxiety</i>	85 partisipan yang dikumpulkan di dalam satu ruangan	<i>regression-based approach</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengguna yang terpisah dari <i>smartphone</i> mengalami tingkat kecemasan yang jauh lebih tinggi daripada pengguna yang tidak terpisah dari ponselnya.</li> <li>2. Pengaruh pemisahan <i>smartphone</i> terhadap tingkat kecemasan pengguna dimediasi secara signifikan oleh <i>FoMO</i>.</li> </ol>
4	Agata H Świątek, Małgorzata Szcześniak, &	<i>Trait anxiety and social media fatigue: Fear of missing out as a mediator</i>	<i>Trait Anxiety; FoMO; Cognitive, Behavioural,</i>	<i>snowball sampling; 264 responden</i>	<i>IBM SPSS Statistic</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecemasan sifat berhubungan positif dengan kelelahan media sosial.</li> </ol>

No.	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Topik Penelitian	Variabel	Sampel	Teknik Analisis	Hasil
	Grażyna Bielecka (2021).		<i>Emotional, and Overall Fatigue</i>	pengguna sosial media		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. FoMO berhubungan positif dengan kelelahan media sosial.</li> <li>3. FoMO memediasi hubungan antara sifat kecemasan dan kelelahan media sosial.</li> </ol>
5	Hsi-Peng Lu, & Philip Yu-Jen Su (2009)	<i>Factors affecting purchase intention on mobile shopping web sites</i>	<i>Anxiety; Mobile Shopping Intention; Mobile Skillfulness; Enjoyment; Usefulness; Ease of Access; Compatibility</i>	<i>snowball sampling</i> ; 382 responden yang ada di Taiwan	<i>structural equation modeling</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecemasan akan berdampak negatif pada niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.</li> <li>2. Keterampilan seluler akan berdampak negatif pada kecemasan, secara positif akan mempengaruhi kenikmatan, dan secara positif juga akan mempengaruhi kegunaan dalam menggunakan MSS di situs web m-shopping.</li> <li>3. Kemudahan untuk mengakses secara positif akan mempengaruhi</li> </ol>

No.	Nama Peneliti & Tahun Penelitian	Topik Penelitian	Variabel	Sampel	Teknik Analisis	Hasil
						<p>kenikmatan, secara positif akan mempengaruhi niat pelanggan, dan secara positif juga akan mempengaruhi kegunaan dalam menggunakan MSS di situs web m-shopping.</p> <p>4. Kegunaan akan secara positif mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.</p> <p>5. Kenikmatan akan secara positif memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.</p> <p>6. Kompatibilitas akan secara positif memengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan MSS di situs web m-shopping.</p>

Sumber: (Dewi et al., 2020; Dhir et al., 2018; Lu & Su, 2009; Schmidt et al., 2018; Świątek et al., 2021)

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Rasa Tertinggal**

Rasa tertinggal (*fear of missing out*) merupakan ketakutan atau kekhawatiran akibat merasa tertinggal akan sesuatu seperti pengalaman yang akan terlewatkan karena tidak bisa mengikuti atau menghadiri sesuatu, dan terputusnya pengalaman dengan suatu tren yang tengah *booming* atau *viral* dimana orang-orang terdekat atau yang dikenal dan sebagian besar orang sudah merasakan pengalaman tersebut. Menurut Przybylski, Murayama, Dehaan, & Gladwell (2013) saat mengalami RT orang cenderung menunjukkan secara gigih ingin mencari informasi secukup mungkin lalu mengakui aktivitas orang lain. Beberapa penelitian telah menunjukkan, pengguna media sosial yang mempunyai RT tinggi mampu menghabiskan waktu lebih banyak untuk scrolling di media sosial mereka demi mendapatkan informasi yang mungkin saja tidak dapat mereka mengerti atau tidak mampu untuk mereka lakukan sehingga efek yang didapatkan cenderung menampilkan emosional negatif, stress (Baker, Krieger, & LeRoy., 2016), insomnia, penggunaan sosial media berlebih, dan gangguan makan (Beyens, Frison, & Eggermont., 2016), kepuasan hidup serta kompetensi yang rendah (Elhai, Levine, Dvorak, & Hall., 2016), pengaruh buruk terhadap kesejahteraan fisik dan mental (Alt, 2015), perasaan depresi dan cemas (Oberst et al., 2017).

Rasa tertinggal yang menyebabkan kecemasan, ketakutan, dan kelelahan bermedia sosial yang berpengaruh negatif terhadap konsumen untuk mencoba mengadopsi layanan transaksi digital didalam kehidupan konsumen.

Untuk mengukur rasa tertinggal menggunakan indikator diantaranya:

1. Merasa khawatir bahwa orang lain/orang terdekat mendapatkan pengalaman berharga.
2. Merasa khawatir bahwa orang terdekat lebih bersenang-senang tanpa dirinya.
3. Merasa dirinya tertinggal informasi.

### 2.2.2 Kelelahan bermedia sosial

Kelelahan bermedia sosial (*social media fatigue*) atau SNS (*social networking service*) *fatigue* adalah efek yang diakibatkan dari banyaknya pengaruh dari informasi yang terlalu banyak seperti gaya hidup orang lain yang lebih baik, pertunjukan kemewahan, dan hal-hal menyenangkan lainnya yang tidak dapat dikerjakan oleh pengguna ini sendiri lalu informasi yang dilihat ini akan mempengaruhi cara pandang, berpikir, serta emosi pengguna ini yang mungkin akan memberikan efek lainnya seperti depresi, stress, emosional negatif, dan kecemasan. Penemuan oleh Brand, Young, Laier, Wölfling, & Potenza (2016), menunjukkan bahwa penggunaan Internet yang tidak terkendali dan tidak teratur akan menghasilkan keadaan *negative cognitive* yang memengaruhi kesehatan mental, *physical functions* dan *decisions-making*. Berdasarkan studi ini, kemungkinan penggunaan media sosial yang kompulsif akan berdampak negatif terhadap kinerja kognitif dan mengakibatkan kecemasan yang berpengaruh negatif oleh konsumen untuk melakukan transaksi secara *online*.

Untuk mengukur kelelahan bermedsos menggunakan indikator diantaranya:

1. Banyaknya informasi yang diterima dapat membuat dirinya cemas.

2. Merasa lelah dan tidak bersemangat karena kewalahan tidak memahami dengan informasi yang beredar.

### **2.2.3 Kecemasan Konsumen**

Kecemasan (*anxiety*) didefinisikan sebagai keadaan pikiran yang sangat mengkhawatirkan yang berkaitan dengan situasi atau ancaman yang sulit. Literatur psikologi tradisional menunjukkan bahwa orang yang cemas cenderung menderita gangguan persepsi dan evaluatif ganda, seperti interpretasi yang salah tentang bahaya dan ancaman dan memberikan alarm palsu, dan terlibat dalam pengambilan keputusan yang tidak rasional dan pemrosesan informasi yang tidak sistematis. Menurut Muskin (2021) dikutip dari laman Psychiatry.org selama pada kondisi cemas, orang cenderung mengeluh soal merasa *fatigue*, *exhaustion* dan *physically pain*.

Kecemasan mengacu pada ketakutan terhadap konsekuensi yang tidak dapat diketahui yang memberikan pengaruh pembelian dan kurangnya kontrol atas hasil konsumsi. Kecemasan telah menjadi salah satu nilai informatif yang lebih besar untuk keputusan konsumsi yang mengarah pada perilaku penghindaran (Bujisic, Bogicevic, Yang, Cobanoglu, & Bilgihan., 2017).

Kecemasan adalah sifat, sikap, dan perilaku yang dipengaruhi oleh kecemasan konsumen atas hal-hal yang membuat perasaan, pikiran, dan emosi yang tidak menyenangkan yang bisa disebabkan oleh berbagai hal. Tidak sedikit konsumen memiliki keraguan untuk melakukan transaksi melalui layanan digital

*marketplace* dimana tidak sedikit orang awam di Indonesia bahkan merasakan pengalaman menggunakan telepon pintar (*smartphone*).

Kecemasan telah ditunjukkan dalam penelitian sebelumnya tentang belanja online yang secara signifikan mempengaruhi niat untuk membeli secara *online* (Celik, 2016; Nagar & Gandotra, 2016), menekankan bahwa kecemasan merupakan hambatan afektif utama terhadap tanggapan konsumen terhadap belanja *online* (Çelik, 2011).

Untuk mengukur kecemasan konsumen menggunakan indikator diantaranya:

1. Selalu merasa cemas bila dihadapkan dengan sesuatu yang dirinya tidak mengerti.
2. Selalu merasa khawatir bila dihadapkan dengan sesuatu yang dirinya tidak suka.
3. Merasa ragu dan tidak mampu mengambil keputusan segera karena takut melakukan kesalahan yang tidak bisa di perbaiki.

#### **2.2.4 Niat menggunakan**

Niat menggunakan (*intention to purchase online*) atau niat perilaku untuk menggunakan didefinisikan sebagai kemungkinan apakah seorang individu akan melakukan atau melakukan perilaku tertentu (Yueh, Huang, & Chang., 2015). Dalam konteks teknologi informasi, mengacu pada niat seseorang untuk menggunakan, mengadopsi teknologi sistem (Celik, 2016; Venkatesh, Thong, & Xu., 2012).

Kepercayaan pada penyedia layanan, dan risiko keamanan atau privasi pengguna berpengaruh terhadap keputusan menggunakan pada *e-commerce*, konsumen menentukan kepercayaan dan kepuasan yang mereka akan rasakan saat berbelanja, dan pengalaman mereka.

Mengutip dari Hoyer & MacInnis, (2010) bahwa *purchase intentions* adalah bagaimana konsumen dengan perilaku sadar berusaha mengambil niat untuk membeli atau tidak sebuah produk tertentu melalui platform *marketplace*.

Dalam studi kali ini, konteks teknologi informasi, mengacu pada niat pengguna *Shopee* untuk terus mengadopsi layanan transaksi digital *Shopee* setelah terpengaruh oleh kecemasan pengguna yang diakibatkan oleh rasa tertinggal dalam mengadopsi layanan, dan kelelahan karena banyaknya informasi yang tidak mampu diproses oleh pengguna *Shopee* tersebut.

Untuk mengukur niat menggunakan, digunakan indikator diantaranya:

1. Mengukur keinginan dalam menggunakan *Shopee* dalam waktu dekat
2. Mengukur niat untuk menggunakan *Shopee* dimasa yang akan datang
3. Mengukur loyalitas terhadap *Shopee*
4. Mengukur niat bertransaksi menggunakan *Shopee*

## **2.3 Hubungan Antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh rasa tertinggal terhadap kelelahan bermedia sosial**

Menurut Dhir, Yossatorn & Kaur (2018) menunjukkan bahwa tingkat RT yang tinggi memiliki konsekuensi terhadap psikologis dan fisiologis yang positif, Dengan kata lain, *FoMO* secara langsung mengakibatkan kelelahan media sosial

melalui penggunaan media sosial secara kompulsif. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya Oberst, Wegmann, Stodt, Brand, & Chamarro 2017; Wolniewicz, Tiamiyu, Weeks, & Elhai (2018) yang berkaitan dengan kelelahan bermedia sosial, meskipun diketahui bahwa orang dengan RT tinggi lebih cenderung menunjukkan keterlibatan tinggi terhadap penggunaan media sosial terlibat dalam penggunaan media sosial yang kompulsif. Selain itu, keterlibatan yang terlalu sering dan berlebihan dalam bermedia sosial dapat mengakibatkan kelelahan bermedia sosial (Karapanos, Teixeira, & Gouveia 2016; Yao, & Cao, 2017; Zheng & Lee, 2016).

### **2.3.2 Pengaruh rasa tertinggal terhadap kecemasan**

Individu yang cemas secara sosial menginginkan hubungan/pengalaman bersosial tetapi takut untuk ikut terlibat dalam kegiatan sosial tersebut atau takut melakukan kesalahan yang mungkin tidak dapat diperbaiki, oleh karena itu individu seperti ini sering menghindari atau mengurangi interaksi sosial karena kesulitan akan tantangan yang dirasakan. Penghindaran sosial akibat alasan kecemasan semacam itu mungkin dapat memberikan efek merasa tertinggal akan sesuatu yang menyenangkan karena dengan sengaja melewatkan kesempatan tersebut. Dalam hal ini, penelitian ini akan mencari tahu apakah merasa tertinggal untuk mendapatkan pengalaman menggunakan aplikasi *marketplace* berpengaruh terhadap kecemasan.

### **2.3.3 Pengaruh kelelahan bermedia sosial terhadap kecemasan**

Penelitian yang dilakukan Dhir, Yossatorn & Kaur (2018) menghasilkan kesimpulan bahwa kelelahan bermedsos menghasilkan kecemasan di kalangan pengguna media sosial dan hubungan ini juga stabil dari waktu ke waktu, hasilnya

memberikan dukungan untuk hubungan antar dua variabel ini karena kelelahan bermedia sosial secara signifikan memprediksi kecemasan yang dikaitkan dengan konsekuensi penggunaan media yang kompulsif. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Lin, Tsai, Chen & Koo (2013) menemukan bahwa penggunaan medsos yang kompulsif mengakibatkan peningkatan kelelahan emosional di antara 564 perawat di Taiwan, yang kemudian diartikan menjadi pengaruh hilangnya semangat bekerja, cemas, dan stress. Sementara, penelitian yang dilakukan oleh Ho, Zhang, Tsang, Toh, Pan, Lu, Cheng, Yip, Lam, Lain, Watanabe, & Mak (2014) menemukan bahwa penggunaan internet yang ekstrim mengakibatkan penderitaan mental seperti kecemasan dan depresi.

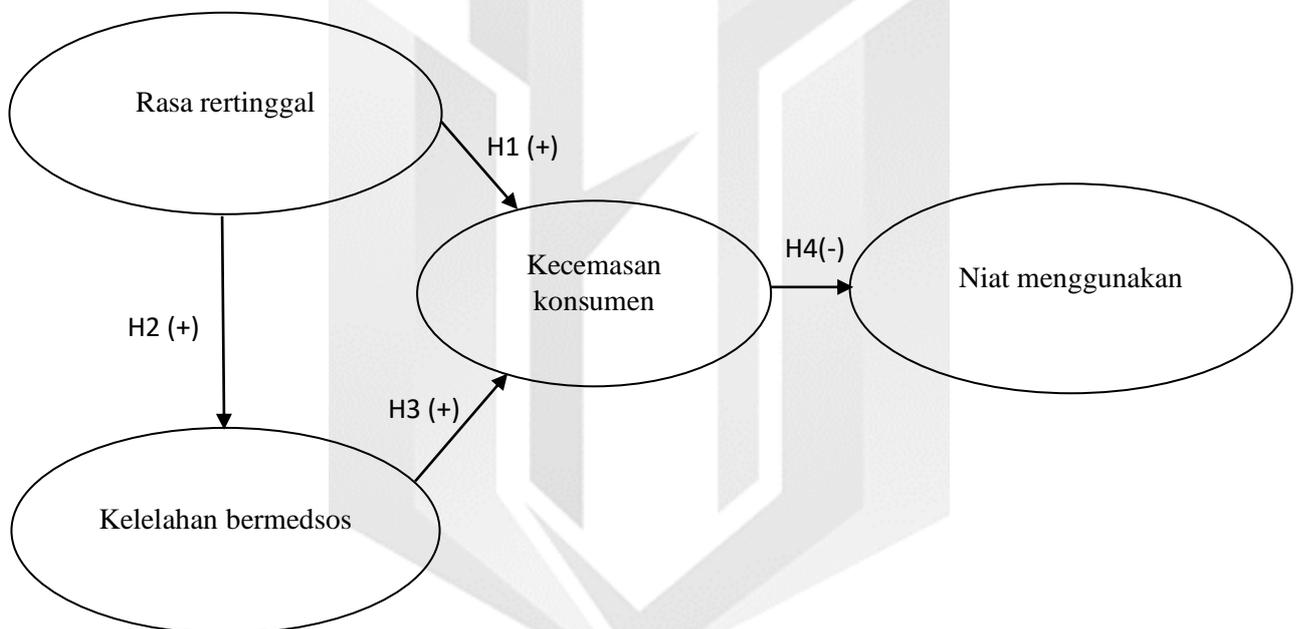
#### **2.3.4 Pengaruh kecemasan terhadap niat menggunakan**

Pengaruh kecemasan terhadap niat membeli/menggunakan telah dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Celik (2016) tentang kecemasan yang secara signifikan mempengaruhi niat untuk membeli/menggunakan secara *online*. Selanjutnya, Çelik (2011) menekankan bahwa kecemasan merupakan hambatan afektif utama terhadap respon konsumen terhadap belanja *online*, sebab keterkaitan dengan potensi ancaman penggunaan kartu kredit dan *exposure* informasi pribadi, informasi dan promosi sebuah produk yang menyesatkan serta potensi kegagalan dalam proses pengiriman. Pengaruh kecemasan terhadap niat menggunakan mengacu pada kekhawatiran akan konsekuensi yang tidak dapat diketahui yang mempengaruhi penggunaan dan kurangnya kontrol atas hal itu. Selain itu kepercayaan juga merupakan komponen yang penting terhadap niat pembelian konsumen saat menggunakan di platform *marketplace*.

Dari beberapa penjelasan mengenai hubungan antar variabel diatas, dapat diketahui bahwa kecemasan konsumen memoderasi hubungan antara rasa tertinggal, kelelahan bermedsos, dan niat menggunakan.

#### **2.4 Kerangka Pemikiran**

Menurut Nasution (2020) kerangka pemikiran memuat teori beserta konsep yang ingin dijadikan sebagai sumber dasar penelitian. Dalam kerangka berpikir itu mengkaji hubungan atau kaitan antar variabel penelitian yang dijadikan sebagai dasar untuk menjawab sebuah permasalahan dalam penelitian.



Gambar 2.6  
Kerangka Pemikiran Moch Iqbal Maulana

#### **2.5 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis memiliki arti sebagai pernyataan, proposisi yang mengatakan bahwa diantara jumlah fakta terdapat sebuah korelasi. Hipotesis merupakan jawaban atas masalah secara teoritis atau jawaban sementara yang masih perlu diuji

kebenarannya melalui data yang dikumpulkan (Nasution, 2020). Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan anggapan sementara dari rumusan masalah penelitian yang sedang diteliti.

H1: Rasa tertinggal berpengaruh positif signifikan terhadap kecemasan Shopee di Surabaya .

H2: Rasa tertinggal berpengaruh positif signifikan terhadap kelelahan bermedsos.

H3: Kelelahan bermedia sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kecemasan.

H4: Kecemasan konsumen berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan.

