

HUBUNGAN *TRAIT MINDFULNESS* DENGAN *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK *SHOP* DI YOGYAKARTA

Shakeela Rohmatunnisa¹, Davit Bagus Triyantoro²

RINGKASAN

Latar Belakang: Mahasiswa menghadapi berbagai tantangan akademik dan sosial yang dapat memicu emosi negatif seperti stres. Hal ini membuat mahasiswa mencari hiburan untuk mengalihkan pikiran dengan *scroll* TikTok yang memiliki berbagai fitur seperti TikTok *shop*. Emosi negatif yang dirasakan dan didukung oleh kemudahan teknologi dapat menyebabkan perilaku non-adaptif seperti perilaku *compulsive buying* sehingga perlu adanya kesadaran (*trait mindfulness*) dalam diri mahasiswa untuk menyadari dalam mengelola emosi serta berpikir secara sadar sebelum bertindak.

Tujuan Penelitian: Penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara *trait mindfulness* dengan *compulsive buying* pada mahasiswa S1 pengguna fitur aplikasi TikTok *shop* dengan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode Penelitian: Subjek pada penelitian sebanyak 232. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengukuran variabel *compulsive buying* menggunakan skala *compulsive buying* yang dimodifikasi dari penelitian Winiardani dan Oktaviani (2023) yang disusun berdasarkan turunan aspek dan teori dari Edwards (1993). Kemudian, dimodifikasi oleh peneliti sesuai kebutuhan penelitian. Variabel *trait mindfulness* menggunakan skala yang dibuat oleh peneliti dan disusun sesuai dengan aspek *mindfulness* menurut Brown dan Ryan (2023). Teknis analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis korelasi *Spearman* menggunakan SPSS for windows 25.

Hasil Penelitian: Hasil uji hipotesis sangat signifikan yaitu sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dengan nilai r sebesar -0,754 yang artinya *trait mindfulness* memiliki arah hubungan yang negatif dan berada pada kategori kuat dengan variabel *compulsive buying*. Sehingga, hipotesis yang diajukan peneliti diterima.

Kata kunci: *trait mindfulness*, *compulsive buying*, TikTok *shop*.

¹ Mahasiswa Program Studi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Program Studi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

**THE RELATIONSHIP BETWEEN TRAIT MINDFULNESS AND
COMPULSIVE BUYING IN STUDENTS USING THE TIKTOK SHOP
APPLICATION IN YOGYAKARTA**

Shakeela Rohmatunnisa¹, Davit Bagus Triyantoro²

ABSTRACT

Background: College students face various academic and social challenges that can trigger negative emotions such as stress. To cope with these emotions, students often seek distractions, including scrolling through TikTok, which offers features like TikTok Shop. These negative emotions, combined with the convenience of technology, can lead to maladaptive behaviors such as compulsive buying. Therefore, it is important for students to possess mindfulness traits to help them become more aware in managing their emotions and making conscious decisions before acting.

Research Objective: This study aims to examine the relationship between trait mindfulness and compulsive buying among undergraduate students who use the TikTok Shop feature in the Special Region of Yogyakarta.

Research Method: The research involved 232 participants selected using a non probability sampling technique with a purposive sampling approach. The compulsive buying variable was measured using a scale modified from the study by Winiardani and Oktaviani (2023), which was developed based on the aspects and theory by Edwards (1993) and further adapted by the researcher to suit the needs of this study. The trait mindfulness variable was measured using a scale developed by the researcher based on the aspects of mindfulness proposed by Brown and Ryan (2023). Data were analyzed using Spearman's correlation technique through SPSS for Windows version 25.

Research Result: The hypothesis test results indicated a highly significant correlation with a p-value of 0.000 ($p < 0.05$) and a correlation coefficient (r) of -0.754. This indicates a strong negative relationship between trait mindfulness and compulsive buying. Therefore, the hypothesis proposed by the researcher is accepted.

Keyword: trait mindfulness, compulsive buying, TikTok shop.

¹ Mahasiswa Program Studi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Program Studi (S-1) Psikologi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta