

PENGARUH *PERCEIVED SCARCITY* DAN *ATTITUDE TOWARD NEGATIVE E-WOM* TERHADAP *PANIC BUYING* PRODUK PREVENTIF COVID-19 DI JABODETABEK DENGAN *CONSUMER ANXIETY* SEBAGAI MEDIASI

RATNA ASIH

1707618053



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED SCARCITY AND
ATTITUDE TOWARD NEGATIVE E-WOM ON PANIC BUYING
COVID-19 PREVENTION PRODUCTS IN JABODETABEK
WITH CONSUMER ANXIETY AS MEDIATION***

RATNA ASIH

1707618053



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree Of
Education on Faculty of Economics State University Of Jakarta*




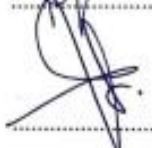
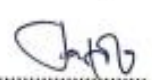
***BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
JAKARTA STATE UNIVERSITY
2023***

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Pelaksana Tugas (Plt) Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP. 197002122008121001

| No | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|----|--|--|-----------------|
| 1 | <u>Prof. Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang) |  | 28 Agustus 2023 |
| 2 | <u>Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Penguji 1) |  | 28 Agustus 2023 |
| 3 | <u>Ika Febrilia, SE., MM</u> NIP. 198702092015042001 (Penguji 2) |  | 28 Agustus 2023 |
| 4 | <u>Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D</u> NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1) |  | 29 Agustus 2023 |
| 5 | <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M</u> NIDN. 0002038107 (Pembimbing 2) |  | 29 Agustus 2023 |

Nama : Ratna Asih
No. Registrasi : 1707618053
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan kesungguhan dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku.

Jakarta, 31 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan


Ratna Asih

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

ABSTRAK

Ratna Asih, 2023: Pengaruh *Perceived Scarcity* dan *Attitude toward Negative e-WOM* terhadap *Panic Buying* pada *COVID-19 Prevention Products* di Jabodetabek dengan *Consumer Anxiety* sebagai Mediasi. Skripsi, Jakarta: Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived scarcity* terhadap *panic buying*, pengaruh *attitude toward negative e-WOM* terhadap *panic buying*, pengaruh *consumer anxiety* terhadap *panic buying*, pengaruh *perceived scarcity* terhadap *consumer anxiety*, dan pengaruh terhadap *perceived scarcity* terhadap *panic buying* dengan *consumer anxiety* sebagai mediasi pada *COVID-19 prevention products* di Jabodetabek. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif survey dengan instrumen penelitian pada kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian sebanyak 202 responden dengan kriteria berdomisili di Jabodetabek, usia minimal 17 tahun, dan pernah melakukan pembelian produk preventif COVID-19. Analisis data penelitian menggunakan IBM SPSS 25 dan AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived scarcity*, *attitude toward negative e-WOM*, dan *consumer anxiety* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *panic buying*. *Perceived scarcity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *consumer anxiety*. Begitupun, *consumer anxiety* yang memediasi pengaruh *perceived scarcity* terhadap *panic buying*. Pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan pada cakupan jenis produk *panic buying* yang berbeda dan cakupan variabel yang berbeda seperti variabel harga, penularan sosial, intervensi pemerintah, paparan media serta aspek variabel psikologis lainnya seperti variabel ketidakpastian, dan ancaman yang dirasakan.

Kata Kunci: *Panic Buying*, *Perceived Scarcity*, *Attitude toward Negative e-WOM*, *Consumer Anxiety*, *COVID-19*

ABSTRACT

Ratna Asih, 2023: The Influence of Perceived Scarcity and Attitude toward Negative e-WOM on Panic Buying COVID-19 Prevention Products in Jabodetabek with Consumer Anxiety as Mediation. Thesis, Jakarta: Business Education, Faculty of Economics, Jakarta State University. Supervisory Team: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM.

This study aims to determine the effect of perceived scarcity on panic buying, the effect of attitude toward negative e-WOM on panic buying, the effect of consumer anxiety on panic buying, the effect of perceived scarcity on consumer anxiety, and the effect of perceived scarcity on panic buying with consumer anxiety as mediation on COVID-19 prevention products in Jabodetabek. Data collection in this study used a quantitative survey method with a research instrument on a questionnaire. Sampling using a purposive sampling technique. The research sample was 202 respondents with the criteria that they live in Jabodetabek, are at least 17 years old, and have purchased COVID-19 preventive products. The results showed that perceived scarcity, attitude toward negative e-WOM, and consumer anxiety have a positive and significant effect on panic buying. Perceived scarcity has a significant effect on consumer anxiety. Likewise, consumer anxiety mediates the effect of perceived scarcity on panic buying. Future research can be developed on the coverage of different types of panic-buying products and coverage of different variables such as price variables, social contagion, government intervention, media exposure, and other aspects of psychological variables such as uncertainty variables, and perceived threats.

Keywords: *Panic Buying, Perceived Scarcity, Attitude toward Negative e-WOM, Consumer Anxiety, COVID-19*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah *Subhanahu wa Ta'ala* atas pertolongan serta rahmat-Nya, penulis dapat menuntaskan penelitian serta penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Perceived Scarcity* dan *Attitude Toward Negative eWOM* terhadap *Panic Buying* Produk Preventif COVID-19 di Jabodetabek dengan *Consumer Anxiety* sebagai Mediasi” dengan sebaik mungkin. Selawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa Sallam* beserta para keluarganya, sahabat, serta para pengikutnya hingga di akhir jaman. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat merampungkan tugas akhir skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
2. Ibu Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan, memberikan ilmu, saran, dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat merampungkan tugas akhir skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis serta selaku Penguji I Sidang Skripsi yang telah memberi masukan serta perbaikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Prof. Dr. Corry Yohana, MM selaku Ketua Sidang Skripsi yang telah memberi masukan serta perbaikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Ika Febrilia, SE., MM selaku Penguji II Sidang Skripsi yang telah yang telah memberi masukan serta perbaikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak dapat saya sebut satu persatu, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua, adik, dan keluarga yang telah memberikan dukungan serta doa untuk Penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman terdekat penulis, Ahmad Jazil Faiz, Nina Nurul Fadillah dan Nadya Putri Alvionita yang senantiasa selalu memberikan dukungan, bantuan, serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Rekan perjuangan, Fakhrunnisa, Andena Noviyati Nabila, Salsbilla Putri Ramadhanti, Anisa Maharani, Ade Putri Dwiandini, dan Ani Rahmawati yang selama perkuliahan sudah banyak saling membantu dan mendukung.
11. Seluruh teman-teman di Pendidikan Bisnis 2018 yang telah bekerja sama dengan baik selama perkuliahan.
12. Serta untuk Ratna Asih, diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan, berjuang, dan berusaha untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan dan keterbatasan pada penyusunan skripsi ini. Dengan demikian, penulis sangat terbuka dalam menerima saran maupun kritik yang membangun sehingga penulis dapat memperbaiki skripsi ini. Besar harapan penelitian ini memberikan manfaat kepada peneliti sendiri maupun pembaca sekalian. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 20 Agustus 2023

Ratna Asih