

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai Pengaruh *Money Attitude* dan *Self-Esteem* terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel *Money Attitude* yang didalamnya terdapat 5 indikator pada Pembelian Produk di Mall Festival Citylink termasuk dalam kategori “Tinggi” artinya responden percaya bahwa uang dapat mendorong orang berbuat jahat dan uang yang dibelanjakan merupakan uang yang dihambur-hamburkan terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Power Prestige* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Distrust*.
2. Dari hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel *Self-Esteem* yang didalamnya terdapat 2 indikator pada Pembelian Produk di Mall Festival Citylink termasuk dalam kategori “Tinggi” artinya responden mengharapkan menjadi sukses, berani mengambil risiko dan juga ingin menjadi pusat perhatian terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Self-Respect* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Respect from others*.

3. Dari hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Perilaku Pembelian Kompulsif yang terdapat 3 indikator pada Pembelian Produk di Mall Festival Citylink termasuk dalam kategori “Tinggi” artinya mayoritas dari responden menghabiskan uangnya secara tidak rasional, reaksi dan *responsive* terhadap hal yang dimiliki oleh seseorang dan setelah itu ada perasaan bersalah penuh penyesalan setelah melakukan pembelian. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Reactive Aspect* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Post-Purchase Guilt*.
4. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Money Attitude* dan *Self-Esteem* terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif adalah sebagai berikut :

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Money Attitude* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif. Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Self-Esteem* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif. Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang kuat antara variabel *Money Attitude* dan *Self-Esteem* terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

5.2 SARAN

Terdapat beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang *Money Attitude* dan *Self-Esteem* Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif pada Mall Festival Citylink Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Pada *Money Attitude*, konsumen diharapkan dapat lebih mengontrol dirinya dalam berbelanja, serta mengelola dirinya dengan melakukan perencanaan terlebih dahulu sebelum berbelanja.
2. Pada *Self-Esteem*, disarankan agar konsumen mampu mengendalikan dirinya dan melakukan kegiatan lain yang bermanfaat seperti misalnya relaksasi, serta mencegah faktor-faktor yang dapat mencetuskan perilaku tersebut dengan memilih pergaulan yang lebih selektif lagi.
3. Pada Perilaku Pembelian Kompulsif, konsumen diharapkan dapat mengontrol dirinya pada saat melakukan aktivitas berbelanja agar tidak ada perasaan bersalah setelah membeli.
4. Perlu diadakan penelitian lebih lanjut tentang variabel yang berhubungan dengan Perilaku Pembelian Kompulsif di Mall Festival Citylink Bandung. Dengan dilibatkannya variabel yang lain agar menambah referensi dan penelitian variabel-variabel ini lebih sempurna.