

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Orientasi *Fashion*, *Money Attitude* dan *Self-Esteem* terhadap Pembelian Kompulsif dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi *Fashion* yang didalamnya diukur melalui tiga indikator, yaitu *fashion leadership*, *fashion interest* dan *importance of being well-dressed* terhadap pengunjung Trans Studio Mall Bandung. Dari ketiga indikator tersebut terdapat indikator dengan skor tanggapan responden tertinggi yaitu *importance of being well-dressed*. Hal tersebut berarti para pengunjung Trans Studio Mall Bandung yang dijadikan responden memiliki persepsi bahwa berpakaian secara lengkap dan bagus merupakan hal penting bagi mereka. Disamping itu adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variable ini yaitu *fashion leadership* hal tersebut mengindikasikan bahwa pengunjung Trans Studio Mall Bandung tidak selalu ingin menjadi orang yang paling tahu dan memakai suatu produk *fashion*.
2. *Money Attitude* yang didalamnya diukur melalui empat indikator, yaitu *power-prestige*, *distrust*, *anxiety*, dan *quality* terhadap pengunjung Trans Studio Mall Bandung. Dari keempat indikator tersebut terdapat indikator dengan skor tanggapan responden tertinggi yaitu *power-prestige*. Hal tersebut berarti para pengunjung Trans Studio Mall Bandung yang dijadikan

responden memiliki persepsi bahwa mereka memandang uang sebagai symbol

kesuksesan dan mereka memakai produk *fashion* tertentu untuk mengesankan orang lain. Disamping itu adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variable ini yaitu *distrust* hal tersebut mengindikasikan bahwa pengunjung Trans Studio Mall Bandung tidak mengeluh dan gelisah mengenai biaya yang mereka keluarkan setelah membeli produk *fashion* di Trans Studio Mall Bandung.

1. *Self-Esteem* yang didalamnya diukur melalui dua indikator, yaitu *self-respect* dan *respect from others* terhadap pengunjung Trans Studio Mall Bandung. Dari kedua indikator tersebut terdapat indikator dengan skor tanggapan responden tertinggi yaitu *self-respect*. Hal tersebut berarti para pengunjung Trans Studio Mall Bandung yang dijadikan responden memiliki persepsi bahwa membeli produk *fashion* yang ada di Trans Studio Mall meningkatkan kepercayaan diri mereka. Disamping itu adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variable ini yaitu *respect from others* hal tersebut mengindikasikan bahwa pengunjung Trans Studio Mall Bandung tidak selalu harus membeli produk *fashion* yang ada di Trans Studio Mall untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain maupun meningkatkan status social.
2. Pembelian Kompulsif yang didalamnya diukur melalui lima indikator, yaitu *tendency to spend, compulsive/drive to spend, feelings about shopping and spending, dysfunctional spending* dan *post-purchase guilt* terhadap pengunjung Trans Studio Mall Bandung. Dari kelima indikator tersebut

terdapat indikator dengan skor tanggapan responden tertinggi yaitu *feelings about shopping and spending*.

Hal tersebut berarti para pengunjung Trans Studio Mall Bandung yang dijadikan responden menikmati aktivitas berbelanja di Trans Studio Mall Bandung dan aktivitas tersebut menyenangkan menurut mereka. Disamping itu adapula indikator yang memiliki skor terendah dalam variable ini yaitu *tendency to spend* hal tersebut mengindikasikan bahwa pengunjung Trans Studio Mall Bandung membeli produk sesuai dengan kebutuhannya.

1. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat Pengaruh Orientasi *Fashion*, *Money Attitude* dan *Self-Esteem* terhadap Pembelian Kompulsif adalah sebagai berikut:

- Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa pada variabel Orientasi *Fashion* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Kompulsif
- Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Money Attitude* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Kompulsif
- Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Self-Esteem* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Kompulsif
- Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Orientasi *Fashion*, *Money Attitude* dan *Self-Esteem* terhadap Pembelian Kompulsif.

## 5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Pengaruh Orientasi *Fashion*, *Money Attitude* dan *Self-Esteem* terhadap Pembelian Kompulsif pada Pengunjung Trans Studio Mall Bandung yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian di luar variable bebas yang digunakan dalam penelitian ini mengingat terdapat pengaruh yang lebih besar dari variable lain, ataupun mengkombinasikan variable *self-esteem* dengan variable lain di luar variable dalam penelitian ini, karena variable *self-esteem* adalah variable dominan yang mempengaruhi pembelian kompulsif.
2. Pada Orientasi *Fashion*, konsumen diharapkan untuk tidak selalu mengikuti *trend* yang ada karena *fashion* cepat berubah-ubah, dan mulai mengalokasikan dana yang digunakan untuk *fashion* ke hal yang lebih penting.
3. Pada *Money Attitude*, disarankan agar konsumen mampu mengendalikan dirinya dalam melakukan aktivitas berbelanja dengan melakukan perencanaan yang matang untuk membeli suatu produk.
4. Pada *Self-Esteem*, konsumen diharapkan untuk mengurangi pandangan negative terhadap dirinya sendiri dan tidak memikirkan apa kata orang lain, sehingga konsumen bisa lebih percaya diri.
5. Dalam perilaku pembelian kompulsif terutama pada dimensi/aspek *feelings about shopping and spending* yaitu seseorang yang menyukai aktivitas berbelanja dan merasa berbelanja adalah hal yang menyenangkan. Disarankan untuk memiliki kegiatan lain atau hobi yang bermanfaat selain berbelanja sehingga dapat mengalihkan pikiran dan keinginan untuk pergi ke *mall* hanya untuk berbelanja.
6. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar lebih baik dalam meneliti Orientasi *Fashion*, *Money Attitude* dan *Self-Esteem* terhadap Pembelian Kompulsif dan menggunakan generasi lain sebagai objek penelitian sehingga penelitian variable-variabel ini akan lebih sempurna.