

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai Pengaruh Kepribadian, conspicuous consumption dan kecanduan internet Terhadap pembelian kompulsif konsumen Shopee Kota Bandung dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Variabel Kepribadian, conspicuous consumption, kecanduan internet dan pembelian kompulsif dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kepribadian yang diukur menggunakan 5 indikator, yaitu *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, *neuroticism* dan *Openness to Experience*. Persentase indikator tertinggi yaitu indikator *neuroticism*, sedangkan indikator terendah berada pada indikator *Extraversion*. Hal tersebut menunjukkan bahwa Shopee tidak memberikan hal hal yang meningkatkan stimulasi stimulasi baru kepada konsumennya, hal tersebut terjadi karena konsumen perlu mempelajari fitur-fitur yang menarik yang ada di shopee agar konsumen mendapatkan pengalaman serta mendapatkan stimulasi stimulasi baru dalam berbelanja. Berdasarkan hasil analisis deskriptif Kepribadian pada konsumen shopee kota Bandung termasuk kategori baik.
- b. conspicuous consumption yang diukur menggunakan 3 indikator, yaitu *happiness and wellbeing*, *status*, dan *prestige*. Persentase indikator

tertinggi yaitu indikator *status*, sedangkan indikator terendah berada pada indikator *prestige*. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen shopee lebih mengutamakan atau lebih sensitif terhadap status atau reputasi produk daripada faktor prestige dalam pengalaman berbelanja mereka, oleh karena itu konsumen cenderung membeli barang barang dengan mengedepankan gengsi dibandingkan nilai guna barang tersebut, hal tersebut menjadi indikasi bahwa konsumen melakukan pembelian secara kompulsif. Berdasarkan hasil analisis deskriptif conspicuous consumption pada konsumen shopee kota Bandung termasuk kategori baik.

c. Kecanduan internet yang diukur menggunakan 3 indikator, yaitu Perhatian terhadap internet, penggunaan internet terus meningkat, dan tidak mampu mengontrol penggunaan internet. Persentase indikator tertinggi yaitu indikator Tidak mampu mengontrol penggunaan internet, sedangkan indikator terendah berada pada indikator perhatian terhadap internet. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen shopee cenderung tidak mampu mengontrol penggunaan internet karena internet sudah menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan sehari hari sehingga menjadi indikasi bahwa kebanyakan konsumen kecanduan dalam penggunaan internet, sementara kurang memberi perhatian pada dampak penggunaan internet secara keseluruhan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif Kecanduan Internet pada konsumen shopee kota Bandung termasuk kategori baik.

- d. Pembelian kompulsif yang diukur menggunakan 3 indikator, yaitu *tendency to spend*, *reactive aspect*, dan *post purchase guilt*. Persentase indikator tertinggi yaitu *Reactive aspect*, sedangkan indikator terendah berada pada indikator *post purchase guilt*. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen cenderung merespon dengan cepat terhadap rangsangan atau promosi dari platform shopee karena adanya dorongan yang kuat untuk berbelanja dan selalu ada keinginan untuk selalu berbelanja, namun jarang mengalami perasaan penyesalan setelah melakukan pembelian. Berdasarkan hasil analisis deskriptif Pembelian Kompulsif pada konsumen shopee kota Bandung termasuk kategori baik..
2. Kepribadian Berpengaruh Signifikan Terhadap Pembelian Kompulsif Konsumen Shopee Kota Bandung.
 3. Conspicuous Consumption Berpengaruh Signifikan Terhadap Pembelian Kompulsif Konsumen Shopee Kota Bandung.
 4. Kecanduan Internet Berpengaruh Signifikan Terhadap Pembelian Kompulsif Konsumen Shopee Kota Bandung.
 5. Kepribadian, Conspicuous Consumption, dan Kecanduan internet berpengaruh Signifikan Terhadap Pembelian Kompulsif Konsumen Shopee Kota Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian tentang Pengaruh kepribadian, conspicuous consumption, dan kecanduan internet terhadap pembelian kompulsif konsumen Shopee Kota Bandung penelitian mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak konsumen dalam hal membeli produk di Shopee:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Kepribadian yang berada pada klasifikasi Baik, dan indikator terlemah adalah *Extraversion*, disarankan kepada konsumen untuk bijak dalam belanja online terutama pada marketplace shopee, carilah referensi terlebih dahulu terhadap barang yang akan dibeli, ketahuilah fitur-fitur yang ada marketplace shopee agar menimbulkan kepuasan dan pengalaman berbelanja yang baik pada marketplace shopee sehingga bisa menimbulkan stimulasi-stimulasi baru pada pengalaman berbelanja di marketplace shopee.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Conspicuous consumption* yang berada pada klasifikasi Baik, dan indikator terlemah adalah *prestige*, disarankan kepada konsumen untuk bijaksana akan barang yang akan dibeli, pilihlah barang yang memang dibutuhkan dengan nilai guna tinggi dan tidak mengedepankan gengsi serta pandangan orang lain terhadap barang yang dibeli, hal tersebut bisa menjadi acuan bagi setiap konsumen untuk bijak dalam membeli barang.
3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Kecanduan internet yang berada pada klasifikasi Baik, dan indikator terlemah adalah Perhatian terhadap internet, disarankan kepada konsumen agar mengurangi penggunaan internet karena tidak

hanya berdampak buruk pada kesehatan fisik dan mental tetapi juga berdampak buruk pada hubungan dengan keluarga atau orang terdekat. Begitu pula untuk masyarakat umum agar memberikan edukasi kepada dirinya dan orang terdekatnya yang memiliki sifat kecanduan internet terutama dalam berbelanja online. Untuk perusahaan, dengan hal ini Shopee bisa meningkatkan penjualan dengan adanya iklan-iklan produk secara terus menerus, diskon, gratis ongkir dan lainnya agar konsumen selalu terpacu untuk selalu membeli barang pada marketplace Shopee.

4. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Pembelian kompulsif yang berada pada klasifikasi Baik, dan indikator terlemah adalah *Post purchase guilt*, disarankan kepada konsumen untuk bijaksana dalam menggunakan uang dalam membeli barang, serta beli lah barang barang yang dibutuhkan saja agar efisien terhadap penggunaan uang. Perilaku pembelian kompulsif sangat berdampak bagi konsumen seperti, merasa malu dan bersalah serta memunculkan rasa penyesalan ketika telah berbelanja, dan tidak memiliki tabungan karena uang yang dimiliki habis digunakan untuk membeli barang-barang, oleh karena itu hal tersebut harus dihindari bagi kita semua terutama untuk konsumen Shopee.

5. Diharapkan kedepanya dengan adanya penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Konsumen agar berbelanja di Shopee dengan memperhatikan kebutuhan, sifat berhati-hati ataupun sisi emosi yang diterima konsumen saat menggunakan internet dan lebih melakukan pembelian yang efisien serta menghindari sifat yang konsumtif.