

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman peran keluarga pada perilaku pembelian yang kompulsif dengan cara menguji pola komunikasi keluarga(orientasi konsen dan sosial),parental yielding dan perilaku pembelian orangtua pada perilaku pembelian yang kompulsif. Perilaku kompulsif menjadi topik bahasan yang menarik baik saat ini maupun beberapa tahunyang lalu. Perilaku yang kompulsif atau shopolic telah direalisasikan kedalam bentuk majalah ataupun cerita yang membahas bagaimana perilaku wanita dan pria dalam berbelanja.kita sadari bahwa kita berada didalam lingkungan masyarakat yang hidup berdasarkan kekayaan mereka, masyarakat yang suka membelanjakan uang mereka untuk menunjukkan seberapa kekayaan yang mereka miliki atau untuk meningkatkan rasa percaya diri mereka, kegiatan berbelanja mereka memang biasa mereka lakukan untuk membuang stress mereka sehingga pada akhirnya mereka melampiaskan rasa ketidakpuasan atau ketidak senangan mereka atas suatu kondisi tertentu dengan pergi berbelanja Bagaimana dengan masyarakat yang tidak memiliki uang yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya? Terkadang mereka memaksakan diri menghutang untuk berbelanja yang dianggap sebagi perilaku untuk memuaskan diri mereka sendiri dan mengagap sebagai hobi. Mereka tidak akan berhenti berbelanja menganggap bahwa dengan berbelanja mereka menemukan kenikmatan untuk diri sendiri.

Berdasarkan pada hasil analisis yang diperoleh bahwa peran keluarga dalam membentuk perilaku pembelian yang kompulsif tidaklah secara signifikan didukung. Hal ini didasarkan pada nilai R Square (R^2) yang kecil. Akan tetapi, hasil penelitian ini mendukung temuan pada penelitian Gwin et al.(2004) menemukan bahwa keluarga memegang peranan penting, dalam hal ini orangtua dalam pembentukan karakter anak. Adanya ketidakpastian dan masalah dalam keluarga dapat mempengaruhi perkembangan anak, yang nanti dapat merakibat anak memiliki sifat yang negative. Penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa lingkungan keluarga dimana seseorang dibesarkan dapat mengarahkan pada perilaku pembelian yang kompulsif sebagai salah satu cara untuk mendapatkan kepuasan(Gwin et al.,2004).

5.2 Implikasi Manajerial

Penderita gangguan obsesif kompulsif dapat ditandai dengan kebiasaan melakukan sesuatu secara berulang. Pikiran yang berulang akan sulit ditepis, inilah yang disebut obsesi. Bila pikiran yang berulang diwujudkan dalam bentuk tindakan yang sebenarnya tidak perlu, inilah yang disebut dengan kompulsif. Pada perusahaan, perilaku pembelian yang kompulsif merupakan tema penelitian yang penting untuk mendalami perilaku pembelian konsumen. Bagi pemasar hasil penelitian ini dapat melengkapi informasi yang terkait dengan perilaku pembelian yang kompulsif. Penelitian ini dapat membantu pemasar untuk memasarkan produk secara spesifik pada konsumen yang memiliki perilaku kompulsif. Produk-produk fashion dapat menjadi andalan bagi para pemasar untuk menarik konsumen yang kompulsif namun perlu diperhatikan perilaku ini bukanlah perilaku yang positif sehingga pemasar perlu memperhatikan kondisi psikologis dari konsumen dalam memasarkan produknya.

Menurut Dittmar(2005),kasus perilaku pembelian yang kompulsif banya ditemukan pada produk-produk fashion. Menurut Gwin et al(2004) menyatakan bahwa sisi sosiologikal,perilaku pembelian yang kompulsif dapat muncul di televise,yang salah satu adalah iklan. Sehingga mengakibatkan konsumen terus-menerus melakukan pembelian secara kompulsif(Dittmar,2005). Pemasar diharapkan tidak hanya memasarkan produk berdasarkan nilai ekstrinsik saja seperti nilai-nilai materialism,gengsi,kekayaan dan sebagainya, namun pemasar diharapkan memasarkan produk yang memiliki nilai intrinsic, yang menawarkan nilai-nilai yang berguna bagi konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian,

Keterbatasan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan responden siswa dan siswi SMU BPK 1 Penabur Bandung
2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan penejelasan tentang tidak signifkasinnya pengaruh keluarga pada compulsive buying. Didasarkan pada asumsi dari peneliti bahwa sebagian besar responden yang tidak tinggal bersama keluarga, sehingga asumsi tersebut tersebut merupakan keterbatasan dalam penelitian.

5.4 Saran

Saran untuk penelitian mendatang:

1. Sebaiknya responden lebih bervariasi sehingga variabel penelitian dapat dijelaskan lebih baik lagi.

2. Penelitian tentang pengaruh faktor keluarga terhadap *compulsive buying* dalam kalangan mahasiswa perlu mempertimbangkan apakah mereka tinggal bersama orangtua atau tidak, karena faktor yang mempengaruhi keluarga