

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini akan disajikan beberapa hal, yaitu kumpulan hasil penelitian, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian terhadap ”pengaruh *self-acceptance* pada *compulsive buying* dengan gender sebagai variabel moderasinya”. Maka peneliti mendapatkan bahwa *self-acceptance* berpengaruh negative terhadap *compulsive buying*, jadi seseorang dengan tingkat *self-acceptance* yang tinggi cenderung tidak melakukan *compulsive buying*. Dalam penelitian ini gender sebagai variabel moderasi juga memiliki pengaruh atau terdapat pengaruh perbedaan gender terhadap *self-acceptance* dan *compulsive buying*.

#### 5.2 Implikasi Penelitian atau Manajerial

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapatlah kiranya diberikan saran sebagai berikut :

- Bagi pemasar, mungkin hal ini terlihat menguntungkan karena konsumen membeli dalam jumlah banyak dan terus menerus, akan tetapi pemasar harus memperhatikan masalah lain selain mencari keuntungan. Pemasar harus juga memperhatikan masalah sosial yang akan terjadi di masyarakat.
- Bagi konsumen, jangan mudah terpengaruh oleh iklan – iklan TV yang tidak memberikan manfaat yang penting bagi kita.

#### 5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti dalam meneliti hanya menggunakan variabel *self-acceptance* saja untuk diuji pengaruhnya.
2. Dalam penelitian ini hanya mahasiswa dan mahasiswi yang menjadi responden sehingga jawaban responden kurang bervariasi.

#### **5.4 Saran Untuk Peneliti Mendatang**

1. Diharapkan untuk peneliti mendatang menggunakan variabel *personal goals* yang lebih banyak untuk menguji pengaruhnya terhadap *compulsive buying*.
2. Responden tidak hanya dari kalangan mahasiswa dan mahasiswi saja, tetapi pekerja kantoran atau ibu rumah tangga. Sehingga jawaban yang diberikan bervariasi.