

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V ini akan diperlihatkan mengenai beberapa hal, yaitu hasil dari penelitian, implikasi dari penelitian, keterbatasan penelitian, dan selain itu juga saran untuk penelitian selanjutnya.

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menganalisis pengaruh *intrinsic goals* pada *compulsive buying*. *Intrinsic goals* terdiri dari *self – acceptance*, *affiliation*, dan *community feeling* yang mengandung arti sebagai berikut *self – acceptance* adalah suatu hasrat atau keinginan mengembangkan kejiwaan, penghargaan diri, dan otonomi, *affiliation* adalah penggabungan diri kedalam kehidupan keluarga dan teman, sedangkan *community feeling* merupakan keinginan untuk membuat dunia menjadi lebih baik melalui sebuah tindakan. Menurut teori variabel - variabel dalam *intrinsic goals* mempengaruhi *compulsive buying* secara negative. Berpengaruh negative karena pada umumnya orang - orang yang berfokus pada *intrinsic goals* tidak memandang bahwa perilaku *compulsive buying* akan memberikan kebahagiaan pada dirinya atau mampu mengatasi permasalahan yang sedang dihadapinya. Dari ketiga variabel *intrinsic goals* yang telah dijelaskan diatas yakni variabel *self – acceptance*, *affiliation*, dan *community feeling*, hanya satu yang berpengaruh terhadap

compulsive buying yaitu variabel *self – acceptance*, sedangkan *affiliation*, dan *community feeling* tidak berpengaruh terhadap *compulsive buying*.

Penelitian ini juga menguji pengaruh moderasi *gender* terhadap *intrinsic goals* dan *compulsive buying*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh moderasi *gender* pada *intrinsic goals* dan *compulsive buying*. Artinya ada perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita dalam konteks *compulsive buying*. Dengan hal ini member informasi bahwa kecenderungan pembelian kompulsif lebih besar dialami pada *gender* wanita.

5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *convenience sampling*. Teknik ini sebenarnya tepat karena informasinya bervariasi. Responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel seperti ini memungkinkan lebih dai berbagai macam kalangan, baik dari mahasiswa - mahasiswi Maranatha yang berada di Jalan Surya Sumantri, kalangan pekerja di daerah Surya Sumantri, dan penduduk yang bertempat tinggal di daerah Surya Sumantri tersebut. Teknik *purposive sampling* bila dilakukan tidak secara optimal dapat menyebabkan adanya pengambilan sampel yang tidak relevan sehingga jawaban - jawaban dalam kuisisioner menjadi bias. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan sampel lebih beragam tidak hanya berada di daerah Jalan Surya Sumantri

saja, namun juga dapat mengambil sampel dari beberapa daerah yang padat penduduknya juga.

2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan usia responden - respondennya, karena sebenarnya faktor usia juga sangat berpengaruh terhadap penelitian yang dilakukan ini. Usia yang berbeda rentangnya akan berpengaruh juga terhadap perilaku pembelian. Untuk penelitian selanjutnya diharap agar rentang usia juga dipertimbangkan, karena usia rentang usia juga berpengaruh dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini tidak menganalisis faktor - faktor yang menjadi penyebab munculnya nilai - nilai intrinsik pada diri responden misalnya keluarga, media , dan teman sebaya. Oleh karena itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas faktor -faktor munculnya nilai intrinsik tersebut.

5.3. Implikasi Penelitian

Pembelian kompulsif merupakan pembelian yang “berulang-ulang yang menjadi respon utama dari suatu kejadian atau perasaan negative” sehingga pembelian kompulsif adalah satu bentuk konsumsi yang merupakan perilaku konsumen abnormal yang dianggap sebagai sisi gelap konsumsi (Shiffman dan Kanuk, 2000 dalam Park dan Burn, 2005). Konsumen yang membeli secara kompulsif lebih sering melakukan pembelian secara tidak wajar dibandingkan dengan konsumen yang berperilaku secara normal dalam pembelian aktivitasnya.

Dari hasil pengolahan peneliti dapat menarik suatu kesimpulan bahwa terdapat *intrinsic goals* yang didalamnya terdapat (*self – accpetance, affiliation, dan community feeling*) berpengaruh terhadap *compulsive buying* dengan gender sebagai variabel moderasi. Hal ini dapat terbukti dari nilai signifikan sebesar 0,0026 nilai ini jauh lebih kecil dari pada 0,05.