

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Felicia dkk tahun 2014 bahwa terdapat hubungan antara perfeksionisme dan gaya hidup hedonisme dengan kecenderungan perilaku pembelian kompulsif.
2. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif yang dimoderasi oleh kontrol diri dengan arah koefisien regresi negatif. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hofmann dan Friese tahun 2009 bahwa kontrol diri memoderasi dampak dari sifat impulsif maupun kompulsif terhadap perilaku konsumsi seseorang, seperti pada seseorang yang kecanduan terhadap alkohol dan obat-obatan, serta makanan siap saji atau *junk food*.

5.2 Saran

Beberapa saran dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih mendalami hubungan antara gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian kompulsif

atau dapat lebih memperluas lagi variabel di luar dari penelitian ini, seperti lebih memperluas sampel dan objek penelitian atau dapat dibuat perbandingan antara pembeli kompulsif wanita dan pembeli kompulsif pria, mengingat sebagian besar penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa perilaku pembelian kompulsif lebih didominasi oleh wanita, termasuk juga penelitian ini.

2. Pada penelitian ini, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen pakaian berkunjung ke Simpur Center bersama dengan sekelompok temannya. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel kelompok referensi.
3. Pada penelitian ini, hasil analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa rata-rata konsumen yang membeli pakaian secara tidak terencana di Simpur Center lebih didominasi oleh konsumen dengan rentang pendapatan per bulannya antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, yang berarti bahwa perilaku pembelian kompulsif ini lebih didominasi oleh konsumen kalangan menengah ke bawah. Oleh karena itu, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel *income* dalam memoderasi pengaruh gaya hidup dan perilaku pembelian kompulsif.