

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai signifikan dari penelitian ini yaitu $0,000 < 0,05$ dengan demikian hipotesis penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen belanja *online* di Karawang. Arah dari pengaruh tersebut bersifat positif yang artinya semakin tinggi materialisme maka semakin tinggi perilaku pembelian kompulsif, begitu pula sebaliknya semakin rendah materialisme maka semakin rendah perilaku pembelian kompulsifnya. Besaran pengaruh materialisme terhadap perilaku pembelian kompulsif sebesar 14,7% dan sisanya sebesar 85,3% dipengaruhi oleh variabel dan faktor lain.

B. Saran

1. Bagi Konsumen Belanja *Online*

Bagi konsumen belanja *online* di Karawang diharapkan lebih berhati-hati pada saat berbelanja. Jangan sampai menjadi materialistis dan meningkatkan perilaku pembelian kompulsif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya jika meneliti dengan variabel

yang sama, hendaknya peneliti melakukan analisis lebih mendalam dan detail. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain yang berhubungan dengan pembelian kompulsif berdasarkan teori faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif menurut DeSarbo dan Ewards (dalam Felicia dkk., 2020) antara lain kecemasan, perfeksionisme, harga diri, fantasi, impulsivitas, ketergantungan, mencari persetujuan, depresi, penyangkalan dan isolasi.

