

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai signifikan dari penelitian ini yaitu $0,016 < 0,05$ dengan demikian hipotesis penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga diri terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen belanja *online* di Karawang Besar pengaruh harga diri terhadap perilaku pembelian kompulsif sebesar 5,8% dan sisanya sebesar 94,2% dipengaruhi oleh faktor lain menurut DeSarbo dan Edwards (dalam Felicia dkk, 2020) antara lain kecemasan, perfeksionisme, harga diri, fantasi, impulsivitas, ketergantungan, mencari persetujuan, depresi, penyangkalan dan isolasi.

A. Saran

Berdasarkan hasil data yang telah dianalisis dan pengalaman yang penulis alami, maka dimiliki beberapa saran antara lain:

1. Bagi Konsumen Belanja *Online*

Hasil dari data yang diperoleh dan dianalisis membuktikan bahwa terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku pembelian kompulsif pada konsumen belanja online di Karawang. Sehingga diharapkan para konsumen belanja online, terutama di Karawang untuk dapat mengurangi perilaku pembelian kompulsif, salah satu caranya

yaitu dengan memilih barang atau jasa yang memang dibutuhkan dan tidak mudah tergiur dengan promo atau *sale* yang *marketplace* adakan setiap bulannya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hendak meneliti dengan topik yang sama, sebaiknya melakukan analisis yang lebih detail dan mendalam. Selanjutnya memperluas subjek dari mulai rentang usia remaja awal hingga dewasa akhir, agar mendapatkan data yang lebih variatif dan akurat. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti di luar harga diri yang mempengaruhi perilaku pembelian kompulsif pada konsumen seperti seperti kecemasan, impulsivitas, depresi dan motivasi pembelian.

