

BAB 5

PEMBAHASAN, KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Pembahasan

Maksud dalam penelitian adalah untuk mencari informasi mengenai kontribusi konsep diri terhadap pembelian impulsif produk pakaian pada siswa-siswi SMAN 5 Karawang. Uji hipotesis dalam penelitian ini berupa analisis korelasi *Pearson Product Moment* yang dilakukan melalui bantuan dari program SPSS versi *24 for Windows*.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat kontribusi antara konsep diri terhadap pembelian impulsif produk pakaian pada siswa-siswi SMAN 5 Karawang. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan besarnya nilai kontribusi dari konsep diri terhadap pembelian impulsif sebesar 24,7% pada hasil uji determinasi. Dengan artian bahwa sebesar 24,7% konsep diri memberikan kontribusi terhadap pembelian impulsif dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji korelasi antara konsep diri dengan pembelian impulsif menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,497, artinya kedua variabel dalam penelitian ini tergolong ke dalam interval korelasi yang kuat (Sarwono dan Budiono, 2012). Selain itu, tanda negatif pada koefisien korelasi mengartikan bahwa semakin tinggi konsep diri yang dimiliki oleh siswa-siswi SMAN 5 Karawang maka akan semakin rendah pembelian impulsif pada produk pakaian dan sebaliknya semakin rendah konsep diri yang dimiliki oleh siswa-siswi SMAN 5 Karawang maka pembelian impulsif tinggi.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Danti (2016) menunjukkan bahwa semakin tinggi konsep diri yang dimiliki maka semakin rendah kecenderungan perilaku pembelian impulsif begitu pula sebaliknya, semakin rendah konsep diri yang dimiliki maka semakin tinggi kecenderungan perilaku pembelian impulsifnya. Selain itu, penelitian dari Nisa (2015) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan pembelian impulsif pada mahasiswi di Universitas X terhadap produk pakaian, yang artinya semakin positif konsep diri pada mahasiswi maka pembelian impulsif semakin rendah dan sebaliknya semakin negatif konsep diri pada mahasiswi maka pembelian impulsif akan semakin tinggi.

Larasati dan budiman (2014) yang menyebutkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif adalah konsep diri. Pembelian impulsif merupakan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan dan pembelian secara cepat (Rook dan Fisher dalam Virvilaite dkk 2011). Siswa-siswi lebih sering menggunakan emosi sehingga mengarah pada sifat emosional dari pada sifat rasional, yang akhirnya siswa-siswi tersebut akan merasa berada di luar kendali ketika pembelian tak terduga ini berlangsung. Hal ini didukung oleh pernyataan Mulyono (2012) pembelian secara impulsif didorong oleh aspek psikologi emosional terhadap suatu produk.

Selain itu konsep diri juga dipengaruhi oleh pembelian impulsif khususnya pembelian pakaian yang memiliki merk tertentu. Konsep diri adalah kesan terhadap diri sendiri secara keseluruhan yang mencakup pendapatnya terhadap diri sendiri, pendapat tentang gambaran diri dimata orang lain dan pendapatnya tentang hal-hal yang dicapai (Burn dalam Ghufon dan Risnawati, 2012). Produk *fashion*

merupakan salah satu elemen penting dalam mendukung penampilan dan presentasi diri remaja dengan harapan akan diterima dalam kelompok yang dikehendaknya Nisa (2015).

Berdasarkan pengujian koefisien determinasi, hasilnya menunjukkan bahwa besarnya kontribusi dari konsep diri terhadap pembelian impulsif sebanyak 24,7%. Hal ini mengartikan bahwa sebesar 75,3% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kontrol diri. Adanya faktor lain yang mampu meningkatkan pembelian impulsif produk pakaian yaitu faktor produk yang mana produk tersebut memiliki harga yang murah, memiliki ukuran yang kecil atau ringan, kecakapan pemasaran yang mencakup service outlet yang baik, pemasangan iklan, pembelian barang yang dipamerkan, jarak kedekatan dari toko serta karakteristik konsumen yang meliputi usia (Loundo dalam Larasati dan Budiani, 2014).

Berdasarkan uji kategorisasi, hasil perolehan skor pembelian impulsif menunjukkan bahwa siswa-siswi SMAN 5 Karawang berada pada tingkat pembelian impulsif yang sedang dan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa siswa-siswi SMAN 5 Karawang cenderung memiliki perilaku pembelian impulsif. Hal ini sesuai dengan pendapat Honey (dalam Atamimi dkk, (2015) yang menyatakan bahwa remaja lebih mudah terpengaruh oleh bujukan teman untuk membeli sesuatu, remaja juga lebih emosional dalam melakukan pembelian sehingga lebih cenderung impulsif. Kalangan remaja atau siswa-siswi merupakan kelompok sosial dalam masyarakat yang mudah terpengaruh gaya hidup, *trend*, dan mode yang sedang berlaku.

5.2 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di SMAN 5 Karawang maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan hasil kategorisasi menunjukkan bahwa siswa-siswi SMAN 5 Karawang memiliki tingkat konsep diri yang tergolong rendah.
- 2) Tingkat pembelian impulsif pada siswa-siswi SMAN 5 Karawang memiliki kategori tinggi dan sedang.
- 3) Dari hasil perhitungan koefisien determinasi kontribusi antara konsep diri dengan pembelian impulsif produk pakaian pada siswa-siswi SMAN 5 Karawang memiliki hubungan .

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut beberapa saran peneliti antara lain:

1. Sekolah SMAN 5 Karawang

Pihak sekolah disarankan untuk melakukan kegiatan pembinaan dalam meningkatkan kepercayaan diri siswa-siswi dan membentuk konsep diri positif siswa. Melalui acara-acara misalnya pelatihan dan trening motivasi serta kegiatan lain yang berhubungan membentuk konsep diri dan meningkatkan kepercayaan diri. Dengan adanya pembinaan tersebut diharapkan siswa-siswi dapat meningkatkan konsep diri menjadi lebih positif dan bisa mengendalikan emosi dengan merencanakan sesuatu yang hendak dibeli, dan menghindari pembelian barang dengan mengambil keputusan secara tiba-tiba ditempat perbelanjaan, Sehingga nantinya siswa-siswi akan mampu mengatasi berbagai hal yang merugikan.

2. Siswa-siswi SMAN 5 Karawang

Siswa-siswi SMAN 5 Karawang, diharapkan dapat menaikan konsep diri seperti meningkatkan keyakinan terhadap diri sendiri agar pembelian impulsif yang dimiliki pada siswa-siswi SMAN 5 Karawang masuk kepada kategori rendah.

3. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti topik yang sama, alangkah lebih baik untuk mendalami fenomena dan dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi pendukung. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel-variabel lain yang mempengaruhi pembelian impulsif pada siswa-siswi, seperti kontrol diri, konformitas, kematangan emosi, dan lain sebagainya.

