

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama pada variabel *unplanned purchase* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive purchase tendency* konsumen Carrefour Rungkut Surabaya, sehingga tinggi rendahnya penilaian terhadap *unplanned purchase* menentukan tingkat *compulsive purchase tendency* konsumen. Untuk itu, variabel *unplanned purchase* memiliki pengaruh yang positif terhadap *compulsive purchase tendency* terbukti.
2. Hipotesis kedua pada variabel *tendency to buy items off one's product list* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive purchase tendency* konsumen Carrefour Rungkut Surabaya, sehingga tinggi rendahnya penilaian terhadap *tendency to buy items off one's product list* menentukan tingkat *compulsive purchase tendency* konsumen. Untuk itu, variabel *tendency to buy items off one's product list* pengaruh yang positif terhadap *compulsive purchase tendency* terbukti.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Carrefour Rungkut Surabaya
Untuk dapat meningkatkan *compulsive purchase tendency* konsumen di Carrefour Rungkut Surabaya sebagai tempat konsumen untuk

berbelanja maka hendaknya pihak Carrefour Rungkut lebih memperhatikan *unplanned purchase* dan *tendency to buy items off one's product list* para konsumen di Carrefour Rungkut Surabaya, hal ini karena dalam penelitian ini telah terbukti bahwa *unplanned purchase* dan *tendency to buy items off one's product list* dapat meningkatkan *compulsive purchase tendency* konsumen Carrefour Rungkut Surabaya. Peningkatan *unplanned purchase* dapat dilakukan dengan cara menaruh produk-produk yang murah dan menarik didekat kasir agar konsumen melakukan pembelian yang tidak direncanakan saat menunggu untuk membayar. Sedangkan *tendency to buy items off one's product list* dapat ditingkatkan dengan menaruh produk-produk yang menarik konsumen di dalam toko meskipun tidak di perlu dicantumkan dalam katalog toko, apabila produk tersebut menarik justru akan meningkatkan *compulsive purchase tendency* konsumen. Tetapi dari sisi tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, sebaiknya pihak Carrefour Rungkut Surabaya seharusnya meminimalkan tingkat terjadinya *compulsive purchase tendency* dengan cara seperti salah satunya meminimalkan adanya potongan harga yang terus menerus atau promo barang yang sering dilakukan sehingga konsumen tidak terlalu banyak melakukan tindakan *compulsive purchase tendency* saat berbelanja. Karena tindakan *compulsive* saat berbelanja bukanlah suatu tindakan yang positif melainkan tindakan negatif.

2. Bagi para konsumen

Untuk dapat mengurangi tindakan *compulsive purchase tendency* saat berbelanja disarankan agar konsumen saat akan pergi berbelanja dapat menyiapkan rencana pembelian yang akan dilakukan agar tidak menimbulkan pembelian *compulsive*.

3. Bagi para akademisi dan pembaca

Untuk memperluas penelitian dengan mempertimbangkan daerah penelitian di tempat usaha atau perusahaan lain sehingga dihasilkan suatu informasi mengenai hubungan antara *unplanned purchase* dan *tendency to buy items off one's product list* terhadap *compulsive purchase tendency* konsumen.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Shoham., dan Makovec, M.B., 2003, Compulsive Buying Behavior, *Journal of Consumer Marketing*. Vol 20: 127-138.
- Black, D.W., 2001, "Compulsive buying disorder: Definition, assessment, epidemiology and clinical management". *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 15: pp. 17-27.
- Block, L.G., and Morwitz, V.G., 1999, Shopping list as an external memory aid for grocery shopping. *Journal of Consumer Psychology*. Vol. 8: pp 343-375.
- Cole, L and Sherrell, D., 1995, " Comparing Scales to Measure Compulsive Buying : An Exploration of their Dimensionalty". *Advances in Consumer Research*. 419-427
- Durianto, D., 2001, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta , PT Gramedia Pustaka Tama.
- Engel, J.F., R.D, Blackwell dan P.W. Miniard., 1995, *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guo, Z and Cai, Y., 2011, "Exploring the antecedents of compulsive buying tendency among adolescents in China and Thailand: A consumer socialization perspective". *Journal of Business Management*. Vol 5(24) : 10198-10209.
- Hair, J.F, Anderson, R.E., Tatham, R.L, & Black, W.C, 1995, *Multivariate Data Analysis*, Fourth ed., New Jersey: Prentice Hall.
- Hirschman, Elizabeth C. 1992, "The Consciousness of Addiction: Toward a General Theory of Compulsive Consumption,". *Journal of Consumer Research*. 155-179.

- Jalees, Tariq., 2007, "Identifying Determinants of Compulsive Buying Behaviour". *Journal of Consumers Research*, vol 3 no 2.
- Kotler, P dan Keller, KL. 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Workman, L and Paper, D., 2010, "Compulsive Buying : A Theoretical Framework". *Journal of Business Inquiry*. 89-126.
- Magee, A., 1994, "Compulsive Buying Tendency as a Predictor of Attitudes and Perceptions". *Advances in Consumer Research*. 590-594.
- Mowen, J.C dan Minor, M., 2002, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- O'Guinn, Thomas C. and Ronald J. Faber., 1989, "Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration," *Journal of Consumer Research*, 147-157.
- O'Guinn, Thomas C. and Ronald J. Faber., 2005, "Compulsive Buying : Review and Reflection". *Handbook of Consumer Psycholog*. 1-23.
- Park, H-J., and L. D. Burns. 2005. "Fashion Orientation, Credit Card Use, and Compulsive Buying." *The Journal of Consumer Marketing*, 22(2/3): 135-141.
- Salamon. M.R., 2002, *Consumer Behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Shahjehan, A, Qureshi, J.A, Zeb, F, and Saifullah, K., 2011, "The Effect of Personality on Impulsive and Compulsive Buying Behaviours". *Journal of Business Management*. Vol 6(6), pp. 2187-2194.
- Stern, B.B., 1989, Literary criticism and consumer research: overview and illustrative analysis, *Journal of Consumer Research*, 322-334.
- Triyono, S., 2006, *Sukses Terpadu Bisnis Ritel*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Utami, C.W., 2008, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.