

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian analisis statistik terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada dewasa awal anggota komunitas wannable di Surabaya. Pembuktian hasil penelitian ini didapatkan dari perhitungan statistik yaitu Analisis product moment dengan nilai signifikansi sama dengan 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa secara terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif.

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yaitu terdapat hubungan antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif pada anggota komunitas Wannable di Surabaya.

Variabel *celebrity worship* dengan nilai signifikan 0,000 dapat diartikan bahwa variabel tersebut dapat mempengaruhi pembelian kompulsif pada dewasa awal anggota komunitas wannable di Surabaya. Hasil yang dapat diperhitungkan ini adalah 0,780 yang artinya terdapat hubungan positif yang signifikan antara *celebrity worship* dengan pembelian kompulsif. Hubungan kedua variabel berbanding lurus, yakni semakin tingkat *celebrity worship* maka semakin tinggi pula perilaku pembelian kompulsif. Begitupun sebaliknya, jika semakin rendah tingkat *celebrity worship* maka semakin rendah pula perilaku pembelian kompulsif.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan peneliti yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis memberikan saran-saran berikut :

1. Bagi orangtua

Orangtua diharapkan memiliki kontrol lebih dan lebih bijak dalam menghadapi anak yang memiliki idola, serta memberikan pengertian tentang pengeolaan keuangan.

2. Bagi masyarakat

Agar lebih bijak membagi kegiatan pengidolaan tanpa melupakan kehidupan nyata yang dijalani dan dalam mengidolakan selebriti tanpa harus menunjukkan simbol-simbol pemujaan, dan kefanatikan yang melampaui batas kewajaran yang seharusnya. Sehingga kegiatan pengidolaan tidak membuat melupakan tanggung jawabnya sebagai individu yang seharusnya lebih fokus terhadap masa depan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan agar hasil penelitian ini bisa menambah refrensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis. Disarankan untuk dapat menggali informasi lain yang dapat membantu anggota komunitas agar dapat lebih mengontrol keinginan dalam dirinya.

4. Studi sosial dan konsumen

Para ahli psikologi sosial dan psikologi konsumen diharapkan dapat menemukan metode yang tepat untuk mengurangi ke fanatikan agar tingkat pembelian kompulsif dapat berkurang.

