

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat satu variabel yaitu variabel konformitas teman sebaya dengan signifikansi sebesar 0,002 , karena nilai signifikansi kurang dari 0,005 maka data tersebut dinyatakan tidak normal sehingga peneliti menggunakan uji statistik non-parametrik. Karena, uji statistic non-parametrik tidak mengharuskan data harus normal.
2. Berdasarkan hasil uji korelasi Kendall's tau-b pada table 4.10, diketahui hubungan masing-masing variabelkepribadian *neuroticism* dengan perilaku *impulsive buying* memiliki skor 0.260, yang artinya skor tersebut nilainya lebih besar dari signifikansi kesalahan 5% (0,05), sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang tidak signifikan antara kepribadian *neuroticism* dengan variabel perilaku *impulsive buying* pada remaja SMA. Keeratan antara variabel kepribadian *neuroticism* dengan variabel perilaku *impulsive buying* dapat diketahui melalui baris *Correlation Coefficient* yang bernilai 0,074 yang termasuk dalam kategori keeratan sangat lemah.
3. Berdasarkan hasil uji korelasi Kendall's tau-b pada table 4.10, diketahui hasil dari variabel bebas kedua yaitu konformitas teman sebaya menunjukkan signifikansi sebesar 0,000, yang artinya skor tersebut nilainya lebih kecil dari signifikansi kesalahan 5% (0,05)

sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan variabel perilaku *impulsive buying* pada remaja. Keeratan antara variabel konformitas dengan variabel perilaku *impulsive buying* pada baris *Correlation Coefficient* bernilai 0,334 yang termasuk dalam kategori keeratan cukup.

## **B. Saran**

### **1. Bagi remaja**

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan pelajaran bagi setiap remaja bagaimana untuk mengatur dan mengontrol diri terhadap pembelian secara spontan (*impulsive buying*). Jika dikaitkan dengan kepribadian *neuroticism* pada diri individu khususnya remaja, apalagi dengan tingkat *neuroticism* yang rendah diharapkan cara menyikapi kondisi emosi negatif yang ada dalam dirinya tidak diluapkan dalam bentuk perilaku yang menyimpang seperti membeli barang secara spontan tanpa mempertimbangkan nilai kebutuhan.
- b. Dengan lingkup remaja yang lebih sering bersama teman-teman sebayanya diharapkan tetap mampu mengontrol diri, memahami diri sendiri, dan tidak mudah terpengaruh mengikuti perilaku-perilaku menyimpang dalam hal ini adalah perilaku *impulsive buying* yang dilakukan oleh teman sebayanya sehingga remaja tetap bisa menjadi diri sendiri tanpa harus mengikuti tekanan yang ada didalam kelompoknya dan remaja bisa menjalankan interaksi dengan

lingkungannya sebagaimana mestinya tanpa harus merugikan diri sendiri.

## 2. Bagi Orang tua dan Guru

- a. Bagi orang tua maupun guru diharapkan lebih terbuka dan sadar dengan adanya fenomena *impulsive buying* saat ini karena tidak dapat dipungkiri peran orang tua dan guru sebagai orang dewasa yang mampu mengarahkan dan mengontrol perilaku remaja agar tetap sesuai dengan batasannya. Orang tua dan guru diharapkan juga dapat membimbing serta melakukan pendekatan kepada remaja yang memiliki indikasi untuk melakukan *impulsive buying*.
- b. *Trait* atau sifat adalah unsur dalam kepribadian yang dapat diubah, maka tugas orang tua atau guru diharapkan dapat mengarahkan dan merancang cara agar *trait* atau sifat, khususnya *neuroticism* untuk diubah menjadi *trait* yang tidak merugikan bagi diri sendiri.

## 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperdalam penelitian mengenai *impulsive buying* apabila dikaitkan dengan kepribadian dan konformitas teman sebaya pada remaja. Selain itu penelitian selanjutnya juga diharapkan mampu mengeksplorasi *impulsive buying* dari beberapa faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* yang dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal.
- d. Pada penelitian ini variabel bebas kedua yang digunakan adalah konformitas teman sebaya memiliki pengaruh yang cukup signifikan

pada *impulsive buying* sehingga masih terdapat banyak faktor lain selain ini memiliki pengaruh dominan dalam pembelian impulsif

- e. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak mengingat dalam penelitian menggunakan analisis statistik non-parametrik yang memiliki konsekuensi hasil yang tidak mengeneralisasi.