

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *self esteem* dengan *impulsive buying* pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswi

Mahasiswi diharapkan lebih mampu memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan dimasa yang akan datang, salah satunya dengan bersikap hemat dan lebih bertanggung jawab terhadap keuangannya serta mampu mengontrol keinginannya untuk berbelanja, hal ini dikarenakan seorang remaja belum memiliki kemandirian ekonomi atau belum mempunyai pendapatan sendiri.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa disarankan untuk memilih faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *impulsive buying*, hal ini dikarenakan tidak terbuktinya hipotesis alternative yang diajukan oleh peneliti bahwa terdapat hubungan antara *self esteem* dengan *impulsive buying* pada mahasiswi.

- b. Perlu dilakukan penelitian mengenai *impulsive buying* pada subyek lain seperti ibu rumah tangga, yang pada dasarnya memiliki peran besar dalam pengaturan ekonomi rumah tangga.

DAFTAR PUSTAKA

- Anin, A.F., Rasimin, BS., & Atamimi, N. (2008). *Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. Jurnal Psikologi.*, 35, NO. 2, 181-193.
- Anin, Anastasia, B. S. Rasimin, and Nuryati Atamimi. (2008). "Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja." *Jurnal psikologi* 35.2 , 181-193.
- Astasari, Atika R., and Alimatus Sahrah. (2006). "Hubungan antara konformitas dengan perilaku membeli impulsif pada remaja putri." *Yogyakarta: Fakultas Psikologi-Universitas Wangsa Manggala.*
- Azwar, Saifuddin. (2012). *Metode Penelitian.* Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Beatty, S.E., & Ferrell, M.E.,. (1998). *Impulse Buying: Modeling Its Precursors. Journal of Retailing*, 74(2), 169-191.
- Dhumontheil, I. (2015). *Development of the social brain during adolescence. Psicologia Educativa*, 21, 117-124. UK: Department of Psychological Sciences, Brikbeck. University of London.
- Ekowati, D. (2015). *Affective Blibiotherapy untuk meningkatkan Self-Esteem pada anak Slow Earner di SD inklusi. Empaty Journal Fakultas Psikologi*, 3, 1.
- Engel, James F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku konsumen, Jilid 1 (Edisi ke-enam).* Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghufron, M.N., & Risnawati, R.S. (2014). *Teori - Teori Psikologi.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunarsa, S.D & NY. Singgih, D.G. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja (cet. 13).* Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia.
- Heryadi, Afrizal Tri. (2017). *Perbedaan Proporsi Jumlah Siswa Kelas XII SMA Al Islam 1 Surakarta yang Mengalami Depresi pada Kelompok dengan Kualitas Hidup dan Harga Diri Tinggi dan Rendah. Diss. Universitas Sebelas Maret.*
- Hulock, Elizabeth, B. (2003). *psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. edisi kelima.* Jakarta: Erlangga.
- Kacen, J.J., & Lee, J.A. (2002). *The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. Journal Of Consumer Psychology*, 12(2), 163-176.
- Kanserina, D. (2015). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA. Jurnal Ekonomi*, 5, Nomer 1.

- Loudon, D. & Bitta, A. . (1993). *Consumer behavior (fourth edition)*. NewYork: Mc-Graw-Hil Series Marketing.
- Monks, F.J., Knoers, A.M., dan Hadiano, Siti R. (2004). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagainya*. Jogjakarta: Gadjah mada University Press.
- Neff, K.D. (2011). *Self-Compassion, Self-Esteem, and Well-Being*. Social and Personality Psychology Compass, 5/1.
- Rook, D.W. (1987). *The Buying Impulse*. *The Journal of Consumer Research*, 14, NO: 2, 189-199.
- Rook, D.W., Hoch, S.J. (1985). *Consuming Impulses: Advances In Consumer Research Vol: 12, 23-27*.
- Santrock, J.W. (2007). *Asolescence: Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Saputri, H.R. (2016). *Hubungan Antara Fashion Invelovement Dan Impulsive Buying Dengan Harga Diri (Self Esteem) Pada Remaja di SMAN 2 SAMARINDA*. *eJournal Psikologi*, 4 (3), 249-259.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, dkk. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking*. *European Journal of Personality*, 15: S71-S83.
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). *The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach*. *Journal Psychology*, 34: 197-210.
- Zulkifli, L. (2009). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.