

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh *materialism* terhadap *compulsive buying* dalam penggunaan *credit card use* dan *debt* studi pada pembelian online di lazada Indonesia” telah memberikan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan *materialism* berpengaruh positif terhadap *compulsive buying* adalah diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh dari kepemilikan atas materialis tertentu sehingga meningkatkan daya beli masyarakat yang menyebabkan perilaku kompulsif itu terjadi.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan *compulsive buying* berpengaruh positif terhadap *credit card use* adalah diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh dari perilaku kompulsif yang didukung dengan penggunaan kartu kredit dalam transaksi mereka.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan *compulsive buying* berpengaruh positif terhadap *credit card debt* adalah ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh dari perilaku kompulsif terhadap hutang karena keadaan masyarakat yang sadar bahwa mereka tidak menggunakan hutang untuk mewujudkan perilaku kompulsif tersebut.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan *credit card use* berpengaruh positif terhadap *credit card debt* adalah diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh dari penggunaan kartu kredit pada skala tertentu yang menimbulkan dampak dengan adanya hutang yang dibebankan kepada masyarakat akibat penggunaan kartu kredit yang tidak wajar.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diberikan di atas, adanya saran penelitian yang dapat diberikan atas dasar hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran akademis

Untuk penelitian mendatang disarankan dalam beberapa hal sebagai berikut:

1. Memilih karakteristik responden berdasarkan frekuensi belanja 4 kali dalam seminggu sebagai dampak dari perilaku kompulsif.
2. Memilih karakteristik responden berdasarkan usia yang tepat dan sesuai dengan sasaran penelitian. Karena kesesuaian umur responden yang dilibatkan dalam pengisian kuesioner berpengaruh pada pola pikir dan tanggung jawab tiap responden dalam mengisi lembar kuesioner dan mereka akan menjawab sesuai dengan keadaan diusia manakah responden itu berada.
3. Menguji variabel-variabel yang dapat mempengaruhi *compulsive buying* selain variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini, seperti *personality traits, demographics, product categories of compulsive buyers, affect intensity, normative evaluations and impulse control, depression, loneliness, arousal seeking, dan fantasizing*.
4. Melakukan pengujian ulang pada variabel *credit card debt* diharapkan melakukan penelitian ulang dengan memperhatikan faktor tertentu seperti lokasi penelitian, obyek penelitian, serta pendapatan responden pada skala tertentu yang dapat mempengaruhi kepemilikan akan hutang.

5.2.2 Saran praktis

Untuk manajemen Lazada Indonesia dapat memperbanyak *visualisasi merchandise* pada tampilan toko dimana ketika konsumen

mengunjungi website mereka dapat tertarik karena warna / *theme*, maupun layout penataan produk yang menarik. Selain itu desain yang baik maupun ketersediaan produk yang dapat meningkatkan minat beli masyarakat ketika mengunjungi toko online ini. Manajer dapat menambahkan *salesperson service* dalam menunjang layanan konsumen salah satunya pelayanan yang *fastrespon* pada konsumen agar mendapatkan layanan terbaik sekaligus mereka dapat menjadi bagian dalam promosi bisnis melalui *word of mouth*. Selain itu dengan menggunakan potongan diskon yang beragam akan meningkatkan keinginan masyarakat untuk berbelanja sampai mereka merasa puas dengan produk-produk yang mereka dapatkan.

Saran lain yang dapat diberikan adalah sistem angsuran dalam pembayaran menggunakan kartu kredit pada pembelian mereka supaya mereka dapat menikmati fasilitas toko online dan tetap dapat melakukan pembelian pada produk yang mereka sukai. Dengan sistem ini konsumen semakin dimudahkan dalam hal melakukan perbelanjaan dan dapat menarik minat konsumen untuk selalu berbelanja online.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Eren, S., S., Eroglu, F., Hacıoglu, G., 2012, Compulsive buying tendencies through materialistic and hedonic values among college students in Turkey, *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 58, hal 1370-1377.
- Eren, S., S., Eroglu, F., Hacıoglu, G., 2012, Compulsive buying tendencies through materialistic and hedonic values among college students in Turkey, *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 58, hal 1370-1377.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., 1995, *Multivariate Data Analysis With Reading*, Sixth Edition, Pearson Prentice Hall.
- Horvath, C., Buttner, O. B., Belei, N., Adiguzel, F., 2015, Balancing the balance: Self-control mechanisms and compulsive buying, *Journal of Economic Psychology*. Vol. 49, hal 120-132.
- Ingrid, D., N., 2016, Pengaruh Sikap Materialisme Dan Sikap Terhadap Uang Pada Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga, *Skripsi S1*, Surabaya: Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
- Kinney, M., K., Scheinbaum, A., C., Schaefer, T., 2015, Compulsive Buying in online daily deal settings: An investigation of motivations and contextual elements, *Journal of Business Research*.
- Kurnia, N. I., 2013, Compulsive Buying Behavior pada konsumen Ritel Format Fashion Store, Surabaya: Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Mihic, M., and I, Kursan., 2010, Assessing the Situational Factors and Impulsive Buying Behavior: Market Segmentation Approach, *Management: Journal of Contemporary Management Issues*. Vol. 15, No. 2, July: hal 47-66.
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2, September 2004: hal 123-136.

- Naruetharadhola, P., Ketkaewa, C., Kerdpecha, P., Kaoploda, P., Kannarata, R., 2015, Prospective Human Capital: How Materialistic are Thai College Students? An Analysis of Spending Tendencies and Debts, *Journal of Social and Behavioral Sciences*. Vol. 195, hal 258-267.
- Oliveira, T., M., V., D., Falciano, M., A., Perito, R., V., B., 2014, Effects of credit card usage on young Brazilians' compulsive buying, Vol. 15, No. 2, hal 111-124.
- Park, H. J., Burn, L. D., 2015, Fashion Orientation, Credit Card Use, and Compulsive Buying, *L. Consum, Mark* 22 (3), hal 135-141.
- Putri, N., A., 2012, Analisis Peran Harga Pada Perilaku Compulsive Buyer, Jakarta: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Renanita, T., Hidayat, R., 2013, Faktor-faktor Psikologis Perilaku Berhutang pada Karyawan Berpenghasilan Tetap, *Jurnal Psikologi*, Vol. 40, No. 1 Juni 2013, hal 92-101.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995), Normative influence on impulsive buying behavior, *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L. L., 2008, Perilaku Konsumen, edisi ketujuh, Indonesia: PT. Indeks.
- Shohib, M., 2015, Sikap Terhadap Uang Dan Perilaku Berhutang, Vol. 3, No. 01 Januari 2015.
- Sina, S.S., 2011, *Modul Analisis Multivariat*, Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala.
- Sugiyono, 2008, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Veludo-de-Oliveira, T. M., Falciano, M. A., Perito, R. V. B. P., 2014, Effect of credit card usage on young Brazilians' compulsive buying, Vol. 15 No. 2, 2014, hal 11-124.
- Vieira, K. M., Oliveira, M. O. R., Kunkel, F. I. R., 2016, The Credit Card Use and Debt: Is there a trade-off between compulsive buying and ill-being perception?, *Journal of Behavioral and Experimental Finance*. Vol. 10, 2016.

- Workman, L., Paper, D., 2010, Compulsive Buying: A Theoretical Framework, *The Journal of Business Inquiry*, Vol. 9, No. 1, 2010, hal 89-126.
- Yamin, S., Kurniawan, H., 2009, Structural Equation Modeling, edisi kedua, Jakarta: Salemba Empat.
- Arifin, A., 2002, Pengertian Kartu Kredit, diakses tanggal 29 September, 2017, <http://digilib.unila.ac.id/790115/>.
- BPS-RI., 2012, Tingkat Pengangguran Terbuka Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas, diakses tanggal 07 Desember, 2017, <https://www.bps.go.id/dynamictable/2016/03/23/1148/tingkat-pengangguran-terbuka-penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-2009-2012.html>.
- Irawan, H., 2008, Kompasiana.com, 10 Karakter Unik Konsumen Indonesia, diakses tanggal 06 Desember, 2017, <https://www.slideshare.net/samuel.satria/10-karakter-unik-konsumen-indonesia>.
- ISO 7810., 2016, Kartu Kredit, diakses tanggal 29 September, 2017, https://id.wikipedia.org/wiki/Kartu_kredit.
- Isparmo., 2016, APJII, Hasil Survey Perilaku Pengguna Internet Indonesia, diakses tanggal 17 Juli, 2017, <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-penguna-internet-indonesia-2016/>.
- Liputan6.com., 2017, Top Performing Online Costumer Goods Retailers in Indonesia, diakses tanggal 04 Januari, 2018, <http://tekno.liputan6.com/read/3068210/ini-10-toko-online-terbaik-di-indonesia>.
- Mykartukredit.com., 5 Toko Online yang Menerima Pembayaran Kartu Kredit, diakses tanggal 26 Juli, 2017, <http://mykartukredit.com/5-toko-online-yang-menerima-pembayaran-kartu-kredit/>.
- Nugraha, R., A., 2017, Teori – Teori Motivasi dan Menggali Sumber Motivasi, Vol. 02, hal 03, diakses tanggal 20 Juli, 2017, www.academia.edu/14220556/teori_teorii_motivasi_dan_menggali_sumber_motivasi.

Otoritas Jasa Keuangan., 2017, POJK Nomor 49/POJK.03/2017, diakses tanggal 07 Desember, 2017, <https://sikepo.ojk.go.id/sikepo/>.

Wikipedia., Tenaga Kerja, diakses tanggal 10 Desember, 2017, [https://id.wikipedia.org/wiki/Tenaga kerja](https://id.wikipedia.org/wiki/Tenaga_kerja).

Wikipedia., Teori Hierarki Kebutuhan Maslow, diakses tanggal 19 Juli, 2017, [http://id.wikipedia.org/wiki/teori hierarki kebutuhan maslow](http://id.wikipedia.org/wiki/teori_hierarki_kebutuhan_maslow).