

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari analisis pada skala pembelian impulsif (*impulsive buying*) menunjukkan pada kategori sedang dengan prosentase sebesar 42% yaitu sebanyak 130 mahasiswi. Artinya pada mahasiswi Uin Malang ada yang melakukan pembelian impulsif (*impulsive buying*) dan ada yang tidak melakukan pembelian impulsif (*impulsive buying*). Mahasiswi yang melakukan pembelian impulsif (*impulsive buying*) pada kategori rendah, Artinya tidak melakukan pembelian impulsif (*impulsive buying*), sebaliknya Mahasiswi yang melakukan pembelian impulsif (*impulsive buying*) pada kategori tinggi, Artinya mereka melakukan pembelian impulsif (*impulsive buying*).

Hasil dari analisis data pada skala konsep diri menunjukkan pada kategori sedang dengan prosentase sebesar 49% yaitu sebanyak 154 mahasiswi. Artinya pada mahasiswi UIN Malang ada yang memiliki konsep diri tinggi (positif) dan sebagian mahasiswi UIN Malang konsep diri rendah (negatif). Mahasiswi yang berada pada kategori konsep diri yang negatif dapat diartikan bahwa mahasiswi tersebut memiliki penilaian dan perasaan yang negatif terhadap dirinya sendiri dan tidak nyaman dengan kondisinya. Sebaliknya mahasiswi yang berada pada kategori konsep diri positif dapat

diartikan mahasiswi tersebut merasa puas terhadap dirinya sendiri serta dalam kehidupannya.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara konsep diri dengan pembelian impulsif (*impulsif buying*) pada mahasiswi Uin Malang terhadap produk pakaian. Artinya Semakin positif konsep diri pada mahasiswi maka (*impulsive buying*) akan semakin rendah. Demikian pula sebaliknya semakin negatif konsep diri pada mahasiswi maka (*impulsive buying*) akan semakin tinggi. Adapun besar sumbangan efektif konsep diri dalam mempengaruhi pembelian impulsif (*impulsive buying*) terhadap produk pakaian adalah 37,9%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka dapat dikemukakan saran bagi:

1. Universitas

Pihak Universitas disarankan untuk melakukan kegiatan pembinaan dalam meningkatkan kepercayaan diri mahasiswi dan membentuk konsep diri positif mahasiswi. Melalui acara-acara misalnya, training motivasi, pelatihan, ospek serta kegiatan lain yang berhubungan membentuk konsep diri yang positif dan meningkatkan kepercayaan diri. Dengan adanya pembinaan tersebut diharapkan mahasiswi dapat meningkatkan konsep diri menjadi lebih positif dan bisa mengendalikan emosi dengan merencanakan sesuatu yang hendak dibeli, dan menghindari pembelian

barang dengan mengambil keputusan secara tiba-tiba ditempat perbelanjaan, Sehingga nantinya mahasiswi akan mampu mengatasi berbagai hal yang merugikan.

2. Fakultas

Perlu adanya penambahan matakuliah psikologi kepribadian di setiap fakultas dengan tujuan agar setiap mahasiswi bisa lebih mengenali diri sendiri dan dapat mengontrol diri dengan baik, terutama mengontrol diri dalam pembelian impulsif

3. Mahasiswi

Bagi mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang disarankan untuk dapat mengubah mindset mengenai diri sendiri, dengan cara berfikir positif dan obyektif dalam menilai diri sendiri, dengan menghargai diri sendiri maka penerimaan diri subyek akan lebih mudah dilakukan.. Mahasiswi juga harus lebih tegas dalam menentukan apa yang diyakininya agar tidak terlalu terpengaruh dengan lingkungan sekitar. Mahasiswi hendaknya dalam melakukan pembelian lebih mengutamakan faktor kebutuhan dibandingkan faktor kesenangan atau kesukaan.

2. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang pembelian impulsif (*Impulsive Buying*) diharapkan lebih memperhatikan faktor-faktor lain dalam melakukan penelitian seperti pengaruh lingkungan yang terdiri dari budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi, serta perbedaan individu yang terdiri dari sumber daya konsumen,

motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. banyak hal yang menjadi penyebab munculnya pembelian impulsif dapat juga berasal dari pengaruh kelompok (konformitas), persuasi dari pramuniaga toko dan teman, pola asuh, serta uang saku individu, sehingga untuk penelitian yang selanjutnya diharapkan lebih menggunakan variabel yang lebih beragam agar mempermudah penggalian data dalam penelitiannya, serta menambah ragam informasi khususnya di bidang psikologi seperti; perilaku konsumen dan kepribadian, maka penelitian selanjutnya ini diharapkan dapat berjalan dengan baik dan lancar

