

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa hipotesis yang telah diajukan diterima menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan penyesalan pasca pembelian pada mahasiswa. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi harga diri pada mahasiswa maka semakin rendah penyesalan pasca pembelian. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah harga diri mahasiswa maka penyesalan pasca pembelian cenderung tinggi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga diri memberikan kontribusi sebesar 10% terhadap variabel penyesalan pasca pembelian pada mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga diri memberi pengaruh terhadap penyesalan pasca pembelian sebesar 10%, sedangkan sisanya sebesar 90% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian mengajukan beberapa saran berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan pengetahuan bagi mahasiswa yang berbelanja *online* agar memiliki harga diri dengan cara lebih meningkatkan kepercayaan diri terutama saat pengambilan

keputusan pembelian sehingga tidak ada penyesalan pasca pembelian. Selain itu mahasiswa yang melakukan pembelian secara online sebaiknya lebih mempertimbangkan dan mencari informasi yang cukup tentang produk yang akan dibeli agar tidak terjadi penyesalan pasca pembelian.

2. Bagi *Online Shop*

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara harga diri dengan penyesalan pasca pembelian. Penelitian ini dapat menambah informasi bagi pemilik toko *online* untuk bisa memberikan produk yang sesuai dengan keinginan pembeli agar pembeli puas dan melakukan pembelian ulang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sumbangan harga diri terhadap penyesalan pasca pembelian pada mahasiswa sebesar 10% sehingga masih banyak faktor lain yang dianggap dapat mempengaruhi penyesalan pasca pembelian, seperti tanggung jawab, valensi, pilihan antara nama dan harga, keabsahan keputusan, sifat pembelian, waktu pengambilan keputusan, layanan penjualan, keterlibatan, reversibilitas, adanya alternatif pilihan lain, perbandingan sosial, impulsif, orientasi masa lalu, optimis dan pesimis, perfeksionis, pengalihan resiko, keraguan, usia, jenis kelamin, dan *ruminatio*n. Jadi sebaiknya untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambah faktor lain dan mempertimbangkan perbedaan penyesalan pasca pembelian ditinjau dari jenis kelamin.