

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang hubungan tiga tipe kepribadian neurotik dengan perilaku *impulsive buying* dalam *online shopping* pada remaja akhir putri di Klaten. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang negatif antara tipe kepribadian *compliant* dengan perilaku *impulsive buying* pada remaja akhir putri di Klaten. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tipe kepribadian *compliant* maka akan semakin rendah *impulsive buying*. Sebaliknya, semakin rendah tipe kepribadian *compliant* maka akan semakin tinggi perilaku *impulsive buying* pada remaja akhir putri di Klaten.

Tipe kepribadian *aggressive* dengan *impulsive buying* terdapat korelasi positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tipe kepribadian *aggressive* maka akan semakin tinggi pula perilaku *impulsive buying*. Sebaliknya, semakin rendah tipe kepribadian *aggressive* maka akan semakin rendah pula perilaku *impulsive buying* pada remaja akhir putri di Klaten.

Tipe kepribadian *detached* dengan *impulsive buying* terdapat korelasi positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tipe kepribadian *detached* maka akan semakin tinggi pula perilaku *impulsive buying*. Sebaliknya, semakin rendah tipe kepribadian *detached* maka akan semakin rendah pula perilaku *impulsive buying* pada remaja akhir putri di Klaten.

B. Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi subjek penelitian

Saran untuk para remaja, terutama para remaja akhir putri agar selalu bijaksana dalam membeli suatu barang, dan selalu mempertimbangkan terlebih dahulu apa manfaat dari barang yang hendak dibeli, jangan hanya berdasarkan keinginan, gengsi dan diskon saat hendak membeli suatu barang, agar tidak terjadi resiko negatif seperti rasa penyesalan setelah membeli barang tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai *impulsive buying* agar lebih memperhatikan lagi dalam memilih subjek agar mendapat kecenderungan perilaku *impulsive buying* yang lebih kuat.