BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

A. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan *shopping lifestyle* dengan *post purchase dissonance* pada 387 remaja usia 18-21 tahun yang tinggal di Kota Bandung, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar partisipan pada penelitian ini memiliki *shopping lifestyle* pada tipe *quality conscious consumers* dan tipe *consumer confused by overchoice*.
2. Terdapat hubungan antara tipe *hedonic consumers* dengan *post purchase dissonance* dengan tingkat korelasi yang sangat rendah yaitu -.155**.
3. Terdapat korelasi antara tipe *consumers confused by overchoice* dengan *post purchase dissonance* dengan tingkat korelasi yang sangat rendah yaitu .119*.
4. Secara umum tidak terdapat perbedaan *post purchase dissonance* antara laki-laki dan perempuan.
5. Secara umum terdapat perbedaan *post purchase dissonance* antara usia 18 tahun, 19 tahun, 20 tahun, dan 21 tahun.
6. Secara umum tidak terdapat perbedaan *post purchase dissonance* antara jenis pakaian yang dibeli.
7. Secara umum tidak terdapat perbedaan *post purchase dissonance* antara harga pakaian < Rp.100.000 dengan > Rp.100.000.

B. IMPLIKASI

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan untuk memperkaya ilmu psikologi industri mengenai *shopping lifestyle* dan *post purchase dissonance.*

C. REKOMENDASI

1. Rekomendasi bagi remaja

- Remaja diharapkan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam pembelian
- Remaja diharapkan mampu untuk menangani gaya hidup dilingkungan sekitar.

Dewi Rahmalia, 2017
HUBUNGAN SHOPPING LIFESTYLE DENGAN POST PURCHASE DISSONANCE PADA REMAJA DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Remaja diharapkan mampu untuk meredakan kecemasann setelah melakukan pembelian.

2. **Rekomendasi bagi peneliti selanjutnya**
    - Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan analisis faktor atau analisis statistik lain yang dapat memudahkan peneliti selanjutnya untuk menentukan tipe *shopping lifestyle* seseorang,
    - Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menghubungkan variabel *shopping lifestyle* dengan variabel lain, menghubungkan variabel *post purchase dissonance* dengan variabel lain, serta menambah variabel antara variabel *shopping lifestyle* dengan *post purchase dissonance.*
    - Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan penelitian kualitatif tentang pengaruh demografis seperti harga pakaian, jenis pakaian dan lain sebagainya pada variabel *post purchase dissonance.*

Dewi Rahmalia, 2017
HUBUNGAN SHOPPING LIFESTYLE DENGAN POST PURCHASE DISSONANCE PADA REMAJA DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu