

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

- ## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka peneliti mengemukakan saran sebagai berikut:

- 66

yang lebih besar dari berbagai bentuk penyesalan pasca pembelian, bisnis dapat fokus pada membantu konsumen atau pelanggan mencapai pengalaman konsumsi yang lebih baik.

2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk tema penelitian yang sama. Selain itu sebaiknya peneliti selanjutnya lebih memperhatikan beberapa hal penting seperti berikut ini:

- a. Waktu penelitian

Disarankan penelitian tidak dilakukan di waktu yang sibuk, agar responden tidak merasa terganggu dan terburu-buru.

- b. Tempat penelitian

Disarankan peneliti menyediakan tempat yang sekiranya nyaman untuk responden saat mengisi instrument/angket penelitian.

- ### c. Subjek penelitian

Disarankan peneliti memperhatikan subjek, apakah subjek sudah memenuhi criteria untuk dijadikan sampel penelitian atau tidak, dan apakah subjek bersungguh-sungguh dalam mengisi instrument/angket atau hanya asal-asalan.

- d. Instrumen/Angket penelitian

Disarankan untuk menambahkan pertanyaan mengenai jenis penyesalan (dari segi harga atau kualitas produk) yang pernah dialami konsumen.

saat mengisi skala dan dapat mengontrol pemahaman bahasa yang di
subjek untuk mengurangi data bias, serta factor pendukung yang
sehingga penelitian selanjutnya bisa menghasilkan penelitian yang
baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2004). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alwisol. (2011). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Pers
- Ambarita, T., dkk. (2013). Perbedaan burnout antara tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian ekstrovert pada perawat di ruang critical care. *Jurnal generasi kampus*. Vol. 06, Nomor 1, Hal 100-114
- Bushra, A. (2014). The Relationsiph Of Compulsive Buying With Consumer Culture and Post Purchase Regret. *Pakistan Journal Of Commerce and Social Sciences*, vol 83, No 3, 590-611
- Chebab, S. (2010). The Consumer Regret: Moderators, Mediators and Consequences. *Journal of Business Studies Quarterly*, Vol. 1, No. 4, 49-68
- Ekici, N., & Dogan, V. (2013). An Analysis of the Regret Concerning the Process of Purchasing and the Regret Concerning after the Purchasing in the Context of Characteristic Properties. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 5, No. 6, Hal.73-83
- Eysenck, H.J. (1977). *Handbook of abnormal psychology second edition*. California: Robert Knapp Publisher.
- Hung, S.Y., Ku, Y.C., Liang, T.P., & Lee, C.J. (2005). Regret Avoidance as a measure of DSS success: An exploratory study. *Decision Support Systems*, Vol 42, Hal. 2093-2106.
- Iskandar, L.M., & Zulkarnain.(2013). Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau dari Big Five Personality. *Jurnal Psikologi*, vol 40, No 1,51-61
- Lee, S.H., & Cotte, J. (2009). Post-purchase consumer regret: Conceptualization and development of the PPCR scale. *Advances in Consumer Research*,36,456-462.
- Lin, C.H., & Huang, W.H. (2006). The Influence of Unwareness Set and Order Effects In Consumer Regret. *Journal Of Business and Psychology*.10,1007.
- M'Barek, M.B., & Gharbi,A.The Moderators of Purchase Regret. *journal of marketing research & Case Studies* vol.2011 (2011).DOI:10.517,16 pages
- McElroy, T., & Dowd, K. (2007). Action orientation, consistency and feelings of regret. *Judgment and Decision Making*,2(6), 333–341.
- Muhid, Abdul. (2012), *Panduan Analisis Data Statistik Program SPSS*, Surabaya: Zifatama Publishing

- Olson, H.M., dkk. (2013). *Pengantar Teori Kepribadian edisi ke-8*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Pervin, L.A., & Jhon, P.J. (2012). *Psikologi Kepribadian teori dan penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Prasetij R., dan Ihalaui J., (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:Andi
- Prawira, P.A. (2014).*Psikologi kepribadian dengan perspektif baru*. Yogyakarta: ArRuzz media.
- Purwoto, Agus. (2013). *Panduan Laboratorium statistik inferensial* Jakarta: Grasindo
- Saleh, M.A.H., (2012). An Investigation of the Relationship between Unplanned Buying and Post-purchase Regret. *International Journal of Marketing Studies*.Vol. 4, No. 4. 106-120
- Suchaeri, Heri. (2012). *Total costumer percepatan laba sepanjang masa*. Solo:Tigaserangkai
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujanto, Agus. Dkk.(2008). *Psikologi kepribadian*. Jakarta: bumi aksara
- Ratna, Dewi, Skripsi. (2007). Hubungan antara tipe kepribadian dari eysenck dengan tingkah laku agresi pada anak jalanan RPA Bina Sejahtera Indonesia Bandung, Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Singarimbun, M., & Effendi S., (1998), *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES
- Suryabrata, Sumadi. (2002). *Psikologi Kepribadian cetak ke 11*. Jakarta:PT. Raja Grafindo
- Suryani, Tatik. 2012. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suyasa, T., dkk. (2005). Perbedaan minat dalam penggunaan fungsi internet berdasarkan tipe kepribadian. *jurnal psikolog*, vol 3, No 2
- Zeelenberg, M & Pieters, R. (2007). A Theory of regret regulation 1.0. *Journal of consumer psychology*, 17(1), 3–18.