

BAB V

SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Terdapat hubungan yang signifikan dari keterlibatan *fashion* terhadap kecenderungan konsumsi hedonik

Instagram merupakan salah satu media promosi, salah satunya dalam hal *fashion*, banyaknya pengguna yang didominasi oleh anak muda membuat mereka menjadi sangat konsumtif termasuk dalam hal trend *fashion*.

2. Terdapat hubungan yang tidak signifikan dari keterlibatan *fashion* terhadap emosi positif.

Keterlibatan *fashion* konsumen ternyata tidak mampu sepenuhnya membangun emosi positif, dimana emosi positif ini sendiri merupakan suasana hati seseorang untuk berbelanja. Namun dari hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa membangun emosi positif dari konsumen ternyata tidak sepenuhnya terbangun karena adanya keterlibatan *fashion*.

3. Terdapat hubungan yang tidak signifikan dari keterlibatan *fashion* terhadap pembelian impulsif

Pembelian impulsif merupakan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan. Namun dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara impulsif tidak terjadi dalam hal *fashion*, responden dalam penelitian

ini cenderung merencanakan terlebih dahulu pembeliannya yang berhubungan dengan hal *fashion*, mencari terlebih dahulu produk yang akan dibeli.

4. Terdapat hubungan yang tidak signifikan dari kecenderungan konsumsi hedonik terhadap emosi positif

Emosi positif yang terbangun didalam diri konsumen ternyata tidak selalu didapatkan dari perilaku konsumen yang sangat konsumtif, konsumen cenderung akan menjadi lebih selektif ketika akan melakukan pembelian karena kekhawatiran akan dikecewakan kembali setelah melakukan pembelian.

5. Terdapat hubungan yang signifikan dari kecenderungan konsumsi hedonik terhadap pembelian impulsif

Sikap konsumen yang sangat konsumtif mampu membangun kecenderungan konsumen dalam pembelian secara impulsif, konsumen yang cenderung menjadi konsumtif biasanya adalah mereka yang melakukan pembelian secara spontan, pada umumnya konsumen yang sudah melakukan pembelian secara impulsif akan merasa senang apabila produk atau barang yang diperoleh sesuai dengan apa yang diharapkan, namun emosi lain akan terbangun apabila produk atau barang yang dibeli tidak sesuai dengan harapan maka emosi yang akan terbangun seperti marah bahkan benci.

6. Terdapat hubungan emosi positif yang tidak signifikan terhadap pembelian impulsif

Dari hasil dalam penelitian ini emosi positif yang dibangun oleh konsumen tidak selalu terbangun karena adanya pembelian impulsif, karena banyak konsumen yang merasa bahwa produk yang dibeli dari media sosial instagram secara spontan berbeda dengan harapannya maka bukan emosi positif yang akan terbangun.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Adapun beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya berfokus pada 3 variabel saja yang mempengaruhi pembelian impulsif yaitu keterlibatan *fashion*, kecenderungan konsumsi hedonik, dan emosi positif
2. Jumlah responden yang masih tergolong sedikit dimana jika dilihat pengguna media sosial Instagram sangatlah banyak
3. Pengambilan sampel penelitian yang terbilang sangat sempit yaitu hanya pada mahasiswa saja, dimana jika dilihat pengguna media sosial Instagram tidak hanya dari kalangan mahasiswa saja.

C. SARAN

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk mengembangkan lagi penelitian ini sehingga tidak hanya menggunakan 4 variabel saja melainkan memberikan tambahan variabel – variabel lain yang bisa mempengaruhi pembelian impulsif, dan emosi positif dari konsumen seperti *brand ambassador*, harga, pengalaman dan lain sebagainya

2. Diharapkan mampu lebih mengembangkan lagi sampel penelitian sehingga responden yang dipilih menjadi luas tidak hanya berasal dari kalangan mahasiswa saja.
3. Penelitian ini merupakan bentuk pengembangan dari penelitian sebelumnya dengan menambahkan beberapa variabel diluar dari variabel yang ada, sehingga diharapkan penelitian ini mampu menjadi acuan bagi peneliti yang akan datang.