

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *self-monitoring* terhadap pembelian impulsif pada dewasa awal penggemar K-Pop di Karawang, hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,048 < 0,05$, sehingga hipotesis penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak serta besaran pengaruh *self-monitoring* terhadap pembelian impulsif pada dewasa awal penggemar K-Pop di Karawang sebesar 1,9% dan 98,1%nya dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti produk dengan karakteristik harga murah, pemasaran dan marketing, dan karakteristik konsumen, suasana toko, gaya hidup berbelanja, kepercayaan merek, kelompok referensi, dan insentif pembelian hedonis.

B. Saran

Berdasarkan penelitian di atas yang telah dilakukan mempunyai beberapa keterbatasan dan kekurangan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi responden

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi diri dalam membeli *merchandise* K-Pop sewajarnya saja sehingga tidak mengalami pembengkakan keuangan yang diakibatkan membeli *merchandise* K-Pop secara berlebihan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa variabel *self monitoring* memberikan besaran pengaruh terhadap pembelian impulsif sebesar 1,9% dan 98,1 lainnya di pengaruhi oleh faktor lain. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor-faktor lain yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap pembelian impulsif, seperti pemasaran dan marketing, karakteristik konsumen yang terdiri dari kepribadian dan gender.

