

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil uji korelasi yang menggunakan Teknik parametrik *product moment pearson* yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dengan *impulsive buying* pada remaja penggemar K-Pop. hubungan tersebut bersifat positif yang berarti semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula *impulsive buying* pada remaja. Sebaliknya jika semakin rendah konformitasnya maka semakin rendah *impulsive buying* pada remaja penggemar K-Pop. Hal ini membuktikan hipotesis alternatif (Ha) pada penelitian ini yaitu terdapat adanya hubungan antara konformitas dengan *impulsive buying* pada remaja penggemar K-pop dapat diterima dan hipotesis nihil (Ho) ditolak.

Berdasarkan hasil keseluruhan analisis data kategorisasi pada variabel *Impulsive Buying* dan konformitas berada pada kategori sedang. Jenis kelamin laki – laki yang berusia 18 -21 tahun melakukan *impulsive buying* dan konformitas yang tinggi, artinya pada responden laki – laki dalam penelitian ini melakukan *impulsive buying* dan konformitas dibandingkan perempuan

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Saran Teoritis**

1. Disarankan Peneliti selanjutnya jika ingin melakukan penelitian pada penggemar K-Pop di Twitter dapat memfokuskan kepada jenis kelamin laki – laki
2. Disarankan Jika ingin melakukan penelitian dengan variabel yang sama, dapat untuk mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *Impulsive Buying* yang terdapat faktor – faktor lainnya sebagai variabel bebas untuk remaja penggemar K-Pop

3. Disarankan jika menggunakan meneliti dengan variabel *Impulsive Buying* dan konformitas dapat menggunakan media sosial lainnya untuk dijadikan penelitian.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Membuat skala prioritas untuk pembelian suatu barang
2. Dapat mempertimbangkan dan menentukan barang yang ingin dibeli sesuai dengan kebutuhan bukan dengan keinginan dan dilihat dari kegunaan suatu produk tersebut

