

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik analisis Rank Spearman diketahui bahwa secara statistic nilai t-test yang lebih besar dari nilai t-tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya terdapat hubungan antara tayangan video blog Sarah Ayu versi *Huge New York MakeUp Haul* (X) dengan perilaku konsumtif remaja Surabaya (Y).

Selain itu penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan video blog Sarah Ayu versi *Huge New York MakeUp Haul* (X) masuk dalam kategori sedang dan perilaku konsumtif remaja Surabaya (Y) masuk dalam kategori sedang dan hasil rata – rata dari masing – masing indikator variabel (Y) atau perilaku konsumtif yaitu aspek pembelian impulsif dan aspek pembelian tidak rasional termasuk dalam kategori sedang sedangkan aspek pembelian berlebihan termasuk dalam kategori tinggi dengan alasan responden mengkoleksi make up dan memilih packaging yang unik. Sehingga berdasarkan pedoman intepretasi koefisien korelasi menghasilkan tingkat hubungan yang rendah . Hal ini menunjukkan bahwa tayangan video blog Sarah Ayu versi *Huge New York MakeUp Haul* sedikit berpengaruh pada perilaku konsumtif remaja Surabaya. Responden

menonton tayangan video blog Sarah Ayu versi *Huge New York MakeUp Haul* bisa menjadi media hiburan bagi audiens dan bisa juga sebagai stimulus bagi responden agar membeli produk yang direview Sarah Ayu atau berperilaku konsumtif.

5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat kekurangan, sehingga saran yang dapat peneliti berikan untuk kelanjutan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak *Vlogger* (Sarah Ayu)

Agar mampu menarik perhatian dan minat *viewers* dengan tayangan video blog yang diberikan. Konten video blog ini harus mempertahankan konsistensinya sebagai tayangan yang menarik dengan penyajian, konsep dan kualitas yang baik sehingga dapat menarik jumlah *viewers* yang lebih banyak. Selain itu akan lebih baik lagi apabila tayangan yang spesifik atau khusus seperti ditujukan untuk *viewers* yang ahli dalam bidang kecantikan. Kemudian juga ada pun target make up yang sesuai dengan kebutuhan dan kantong mahasiswi.

2. Bagi Masyarakat

Agar bisa memilih tayangan yang bermutu dan mampu memberikan informasi, inspirasi dan motivasi yang positif terhadap

perkembangan diri mereka khususnya perilaku konsumtif dalam membeli produk yang tidak di butuhkan.

3. BagiPeneliti Yang Akan Datang

- a. Disarankan agar menggunakan variabel penelitian yang bervariasi sehingga diharapkan hasil yang diperolehakan lebih berbeda dari penelitian sebelumnya.
- b. Disarankan agar dapat melanjutkan penelitian yang dalam bentuk pengaruh antara tayangan video blog dengan perilaku konsumtif.