

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait Pengaruh Terpaan Konten Tiktok *Fashion Haul* terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Remaja Perempuan di Kota Surabaya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan diantaranya:

1. Dari hasil uji statistik korelasi menggunakan uji *pearson product moment*, nilai r_{hitung} pada penelitian ini sebesar 0,601. Pada hasil uji hipotesis koefisien korelasi yang dilakukan oleh peneliti menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,05 pada 100 responden adalah 0,195 yang artinya nilai r_{hitung} yaitu $0,601 > 0,195$ nilai r_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya ada pengaruh dari terpaan konten tiktok *fashion haul* pada akun @Hellomoncus terhadap perilaku *impulsive buying* dengan persamaan linear regresinya $Y = 47.668 + 0,204X$
2. Besar nilai dari hasil uji koefisien korelasi kedua variabel 0,601 yang artinya keduanya memiliki korelasi dengan kategori kuat dan bernilai positif serta signifikan. Arah hubungan keduanya ialah satu arah dengan penjelasan semakin tinggi terpaan konten tiktok *fashion haul* yang dirasakan individu maka semakin besar juga peluang kemungkinan terjadinya perilaku *impulsive buying* terkait produk *fashion* yang dilakukan individu tersebut.

3. Pengujian terhadap teori S-O-R pada peneltiian ini dapat dikatakan relevan sebab terpaan konten tiktok *fashion haul* pada akun @hellomoncus berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* sesuai dengan konsep dasar teori S-O-R yaitu stimulus yang ada berhasil menghasilkan suatu perilaku atau efek hasil respon karena adanya organism yang dilakukan oleh individu.

5.2 Saran

Pada penelitian ini, saran yang ingin disampaikan oleh peneliti ialah sebagai berikut :

1. Konten terkait *fashion haul* yang ada di akun @hellomoncus dapat mempengaruhi remaja perempuan di Kota Surabaya untuk melakukan *impulsive buying*, tetapi alangkah baiknya apabila pada akun @hellomoncus Moncus lebih fokus kembali pada konten *fashion haul* seperti sebelumnya agar penonton tidak terganggu dengan konten tambahan lainnya. Hal itu dikarenakan dewasa ini konten pada @hellomoncus terisi konten pendukung lain yang itu berarti tidak fokus ke *fashion haul* saja seperti sebelumnya.
2. Topik pengaruh media terhadap *audience* alangkah baiknya apabila meneliti media sosial lain seperti Instagram, twitter, facebook, serta youtube untuk memperoleh beragam data agar menunjukkan hasil yang bervariasi. Hal tersebut dikarenakan pada era digital ini media sosial yang ada telah menjadi bagian dari kehidupan sehingga dengan adanya

variasi media pada penelitian berikutnya maka akan semakin relevan dengan perkembangan zaman.