

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan melihat pengguna remaja laki-laki terhadap perilaku konsumtif di media sosial instagram, maka peneliti menemukan bahwa remaja laki-laki dalam dunia maya ketika mereka akan melakukan pembelian secara online, maka mereka akan mengalami beberapa proses keputusan untuk membeli yaitu, dimulai dari pencarian informasi, jenis-jenis komponen pencarian informasi seperti followers, geotagging, popular (explore), mencari informasi evaluatif, keputusan pembelian remaja laki-laki dan terakhir melakukan evaluasi pasca pembelian. Dari 9 informan yang melakukan evaluasi pasca pembelian terdapat 4 yang merasa puas dalam membeli barang di online shop melalui aplikasi instagram. 5 informan lainnya merasa tidak puas dengan barang yang dibelinya di online shop. informan yang puas cenderung akan berlangganan, mengikuti atau memfollow, dan merekomendasikan kepada pengguna lainnya. Sebaliknya informan yang merasa tidak puas cenderung tidak mengikuti atau mengunfollow, dan tidak akan mengunjungi online shop tersebut.

Hasil dari penelitian juga mendapatkan bahwa instagram sudah menjadi salah satu media sosial yang sering dikunjungi setiap harinya bahkan setiap jam. Remaja laki-laki mengungkapkan sudah bertahun-tahun memiliki aplikasi instagram dan sudah

menjadi aktifitas sehari-hari dalam membuka aplikasi instagram. Rata-rata saat pertama kali membuka aplikasi instagram yang dilihat pertama kalinya yaitu barang-barang online shop yang terbaru. Barang atau produk yang terbaru, mudahnya mendapatkan informasi dan mudahnya bertransaksi pembelian melalui instagram dapat menimbulkan perasaan ingin memiliki sehingga mereka dapat membeli barang atau produk hanya dengan waktu yang singkat dan bisa memperoleh produk atau barang dengan jumlah yang banyak hanya untuk memenuhi keinginannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instagram dapat membentuk perilaku konsumtif pada remaja laki-laki.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti menyarankan untuk penelitian berikutnya bisa dilakukan pada kelompok pengguna instagram usia dewasa. Baik laki-laki maupun perempuan