

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari terpaan konten fashion pada akun media sosial Tiktok @nazwaadinda\_02 terhadap perilaku konsumtif remaja perempuan. Data diperoleh dari 100 responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Temuan terkait analisis dan diskusi yang telah dilaksanakan oleh penulis akan dijabarkan pada sub bab kesimpulan ini.

Terpaan konten fashion pada akun media sosial Tiktok @nazwaadinda\_02 berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja perempuan. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang membandingkan t hitung dan t tabel masing-masing menghasilkan 20,023 dan 1,966 (tabel) dengan taraf signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Maka,  $H_0$  ditolak dalam penelitian ini ditolak dan  $H_a$  diterima. Sementara itu, pengaruh Terpaan konten fashion haul terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 0,511 (51,1%) dan 48,9% faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini berhasil membuktikan teori perilaku terencana. Menurut teori perilaku terencana, teori ini merupakan perilaku yang dapat mengenali bentuk keyakinan seseorang, terhadap kontrol atas sesuatu yang akan terjadi dari hasil perilaku. Dari sinilah, perbedaan perilaku, antara seseorang yang berkehendak, dengan yang tidak berkehendak, dapat dibedakan. Teori perilaku terencana merupakan teori yang berkaitan dengan hubungan antara keyakinan dan perilaku. Teori ini menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, bersama-sama membentuk niat berperilaku individu, yang dimana pada penelitian ini, berarti membuktikan bahwa teori perilaku terencana mempengaruhi perilaku konsumtif dari terpaan konten fashion haul sebesar 51,1%.

Penelitian memperlihatkan mengenai pengaruh dari terpaan konten fashion haul pada akun media sosial Tiktok @nazwaadinda\_02, sebagaimana yang ditemukan oleh peneliti telah memberikan gambaran mengenai unggahan konten yakni foto atau video yang memuat pesan atau informasi berperan signifikan sebagai medium pengirim pesan yang bisa memicu perilaku konsumtif. Dapat

dikatakan sebagai situasi saat foto dan video yang diunggah oleh akun @nazwaadinda\_02 menimbulkan perasaan tertarik, suka, positif, dan penasaran pada informasi seputar produk fashion yang diunggah yang mana selanjutnya menimbulkan perilaku konsumtif yang dimana seseorang akan melakukan pembelian impulsif atas terpaparnya seseorang pada konten fashion haul tersebut.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, berikut ini terdapat beberapa saran yang ingin penulis sampaikan.

1. Sosial media Tiktok ialah platform media sosial yang dipakai oleh peneliti untuk objek penelitian terkait. Diusahakan bahwa peneliti berikutnya bisa memakai berbagai jenis platform media sosial untuk mengukur pengaruh akun di platform tersebut.
2. Diharapkan bagi akun sosial media @nazwaadinda\_02 dapat terus mempertahankan dan meningkatkan aktivitas konten fashion haul pada akun Tiktok pribadinya dengan lebih mengkreasikan ide konten lainnya secara menarik, agar lebih efektif dan dapat lebih menarik perhatian para remaja perempuan.
3. Penelitian lanjutan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana berbagai faktor dalam TPB memengaruhi perilaku konsumtif di era digital.
4. Diharapkan bagi para akademisi dan pembaca dapat mengembangkan penelitian mengenai terpaan konten fashion haul terhadap perilaku konsumtif ini dengan menambahkan variabel lainnya, serta menggunakan metode penelitian, teori penelitian, dan objek yang berbeda. Sehingga, dapat memberikan dan menambahkan pengetahuan baru yang lebih luas.