

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai pengaruh *content marketing* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif konsumen produk kosmetik Somethinc, serta berisikan saran untuk penelitian selanjutnya.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada variabel *content marketing* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh yang sangat kecil dari *content marketing* (X1) terhadap perilaku konsumtif pada konsumen produk kosmetik Somethinc
- 2) Terdapat pengaruh kontrol diri (X2) terhadap perilaku konsumtif pada konsumen produk kosmetik Somethinc
- 3) Terdapat pengaruh *content marketing* (X1) dan kontrol diri (X2) terhadap perilaku konsumtif pada konsumen produk kosmetik Somethinc

#### **5.2 Saran dan Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti, yaitu:

- 1) Saran bagi konsumen produk kosmetik Somethinc

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa aspek *deliberate/non-impulsive action* menjadi aspek yang paling tinggi dalam merendahkan tingkat kontrol diri para responden. Untuk itu, disarankan kepada para konsumen produk kosmetik Somethinc untuk bersikap tidak impulsif, ditunjukkan dengan bertindak dan mengambil keputusan dengan tenang dan tidak mudah teralihkan. Selain itu, diketahui pula bahwa aspek *wasteful buying* menjadi aspek yang paling tinggi membentuk perilaku konsumtif. Untuk itu, disarankan kepada para konsumen untuk tidak melakukan pembelian hanya karena keinginan dengan mengeluarkan banyak uang sehingga cenderung bersikap boros dan konsumtif.

2) Saran bagi pihak Somethinc dan para pelaku usaha lainnya

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa aspek *reader cognition* paling tinggi dalam membentuk persepsi konsumen mengenai *content marketing* yang disajikan. Untuk itu, disarankan bagi pihak kosmetik Somethinc maupun para pelaku usaha lain untuk membuat dan menyebarkan konten pemasaran yang jelas dengan mencantumkan informasi mengenai produk yang mudah dipahami konsumen, agar konsumen dapat membeli produk kosmetik sesuai dengan fungsi yang dibutuhkannya. Selain itu, Somethinc maupun pelaku usaha lain disarankan dapat membuat konten untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melakukan perawatan diri sesuai kebutuhan masing-masing dan tidak melakukan pengonsumsiannya secara berlebihan.

3) Saran bagi peneliti selanjutnya

Dengan mengetahui hasil penelitian, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan data penghasilan pada data demografi responden untuk mendapatkan gambaran lebih jelas mengenai perilaku konsumtifnya, serta untuk mendapatkan hasil penelitian yang mengaitkan penghasilan dengan perilaku konsumtif. Disarankan juga untuk memperluas sebaran data responden dengan mengambil lebih banyak jumlah sampel di luar Pulau Jawa.