

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bab ini membahas mengenai simpulan penelitian yang didapatkan dari hasil dan pembahasan penelitian. Selain itu, pada bab ini dibahas pula mengenai rekomendasi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 ibu rumah tangga di kota Bandung mengenai hubungan antara *self-monitoring* dengan *impulsive buying* produk *fashion* dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-monitoring* dengan *impulsive buying* produk *fashion*. Semakin tinggi *self-monitoring*, maka semakin tinggi *impulsive buying* produk *fashion* yang dialami oleh ibu rumah tangga di kota Bandung.

B. Rekomendasi

1. Dari sisi konsumen ibu rumah tangga di kota Bandung

- a. Dengan terbuktinya penelitian ini, bukan berarti ibu rumah tangga di kota Bandung harus memiliki *self-monitoring* rendah, *self-monitoring* dapat menjadi intervensi yang kurang bermanfaat apabila tidak diikuti oleh evaluasi diri dan penguatan diri. Ibu rumah tangga di kota Bandung dengan *self-monitoring* tinggi disarankan untuk lebih membatasi diri sehingga tidak sampai melakukan imitasi berlebih pada orang lain.
- b. Ibu rumah tangga di kota Bandung diharapkan bias berbelanja dengan cerdas dan bijak, jangan terlalu mudah terpengaruh orang lain. Lalu ibu rumah tangga dapat membuat terlebih dahulu daftar produk *fashion* yang akan dibeli atau menunda untuk melakukan pembelian yang dirasa belum dibutuhkan agar tidak berbelanja secara impulsif terlebih karena ibu rumah tangga memiliki peranan penting dalam mengatur keuangan dalam keluarga

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Mengingat faktor demografis pada penelitian ini belum dikaji secara mendalam, maka peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian serupa disarankan

untuk meneliti faktor demografis yang merupakan salah satu faktor dari *impulsive buying* (Verplanken dan Herabadi, 2001).

- b. Penelitian selanjutnya dapat memilih spesifikasi produk–produk lain yang mungkin merupakan objek penunjang penampilan dan *impulsive buying* seperti produk *make-up*.
- c. Perlu juga melakukan penelitian mengenai hubungan antara *self-monitoring* dengan *impulsive buying* pada produk *fashion* terhadap subjek lain misalkan pria metroseksual yang memiliki antusias terkait produk *fashion*.