

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* produk *fashion* pada remaja putri. Konsumen dengan kontrol diri tinggi ketika akan melakukan pembelian secara *online* akan dapat menilai informasi diperoleh, memilih suatu tindakan apa yang akan diambil, dan mampu berperilaku sesuai dengan keputusan yang dipilih. Semakin tinggi kemampuan mengontrol diri pada remaja putri maka perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* akan semakin rendah. Sebaliknya remaja putri dengan kemampuan mengontrol diri yang rendah ketika melakukan pembelian secara *online* akan membeli tanpa dipertimbangkan terlebih dahulu, berlebihan dalam berbelanja, dan membeli sesuatu yang dapat menyenangkannya. Semakin rendah kemampuan mengontrol diri pada remaja putri maka perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* akan semakin tinggi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kontrol Diri memberikan sumbangan efektif sebesar 41,3% pada perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui sebanyak 4 subjek (6,67%) termasuk dalam kategori perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* yang tinggi, untuk menguranginya dapat dilakukan dengan lebih meningkatkan kontrol diri, ketika akan melakukan pembelian secara *online* konsumen menilai, mempertimbangkan, membuat prioritas pembelian, mampu mengalihkan perhatian untuk tidak membuka *online shop* di media sosial, situs portal, dan aplikasi belanja *online*. Harapannya dengan melakukan hal-hal tersebut konsumen dapat berbelanja sesuai kebutuhan bukan keinginan semata, tidak impulsif, dan tidak berlebihan saat berbelanja sehingga dikatakan perilaku konsumtif *online shopping*-nya rendah.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Sumbangan kontrol diri dalam perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* sebesar 41,3%, sehingga masih ada faktor lain yang dianggap dapat mempengaruhi perilaku konsumtif *online shopping*. Jika tertarik meneliti tentang perilaku konsumtif *online shopping* dapat meneliti faktor lainnya, yaitu faktor kebudayaan (budaya, sub budaya dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), faktor personal (usia, siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan konsep diri), dan faktor psikologi (motivasi, persepsi, proses belajar, proses belajar, kepercayaan dan sikap). Bagi yang ingin menggunakan media *Google Form* sebaiknya sebelum proses skoring skala, seluruh skala yang sudah terisi di-*print out* sehingga memudahkan proses skoring.