

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah saya lakukan dan pembahasan terkait topik, kesimpulan yang dapat diperoleh adalah :

1. Tingkat *Self Monitoring* pada responden tergolong sedang, dilihat dari angka frekuensi 63 responden atau 32%.
2. Tingkat *Impulsive Buying* pada responden tergolong sedang, dapat dilihat dari angka frekuensi 74 responden atau 38%.
3. Terdapat hubungan antara *Self Monitoring* (X) dan *Impulsive Buying* (Y) produk *fashion* secara daring pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Kediri. Hal tersebut sesuai dengan nilai R square sebesar 17,7% yang artinya *Impulsive Buying* dipengaruhi oleh *Self Monitoring* secara positif, yang artinya semakin meningkat *self monitoring* maka semakin meningkat pula *impulsive buying* produk *fashion* secara daring pada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Usaha individu untuk menunjukkan penampilan mereka di lingkungan sosial adalah salah satu faktor perilaku *impulsive buying* untuk melakukan pembelian barang secara spontan tanpa berpikir terlebih dahulu. Hal ini merujuk pada QS. Al-Mulk ayat 15 bahwasanya kita boleh menjelajahi bumi dan menyisihkan pada porsinya untuk kebutuhan kita, hendaklah kita sebagai umat Islam yang taat menjalankan apa yang menjadi perintahNya

dan menjauhi laranganNya. Berbelanja secukupnya sesuai kebutuhan dan banyak bersyukur dengan apa yang kita punya. Kebiasaan ini harusnya bukan menjadi pola yang wajar tetapi dijadikan sebuah acuan untuk kita mencapai sebuah keinginan sesuai pada porsinya.

B. Saran

Mengacu pada temuan penelitian sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Saran Praktis

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswi Ekonomi Syariah menunjukkan tingkat kemampuan *self monitoring* yang cukup baik, yang memungkinkan mereka untuk mempertimbangkan dan merencanakan pembelian sebelum melakukannya. Penelitian ini menyoroti harapan bahwa mahasiswi Ekonomi Syariah dapat terus mengelola aspek emosional mereka saat membuat keputusan pembelian, dengan tujuan untuk menjaga keuntungan pribadi dan menghindari dampak negatif pada diri sendiri maupun orang lain.

2. Saran Akademis

- a. Penelitian selanjutnya memiliki potensi untuk mengeksplorasi karakteristik produk lain yang mungkin berdampak pada penampilan dan kecenderungan pembelian impulsif, seperti produk kosmetik. Dengan demikian, akan terbuka informasi baru yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif pada produk yang terkait dengan aspek penampilan.

- b. Perlu dilakukan penelitian untuk memahami bagaimana pemantauan diri memengaruhi kemungkinan pembelian produk *fashion* secara impulsif oleh wanita karir yang memiliki antusias terkait produk *fashion*. Ini akan membantu kami untuk lebih memahami bagaimana faktor-faktor ini dapat berinteraksi satu sama lain untuk memengaruhi perilaku konsumen di berbagai demografi.