

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh *Social Proof* terhadap Pembelian Impulsif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen Toko *Thrift* “Baju Gantimu” di Kediri, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, dapat disimpulkan bahwa *social proof* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, ditunjukkan oleh nilai $p = 0,002 (< 0,05)$ dan koefisien regresi 0,092. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak.
2. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *social proof* dengan kontrol diri, dengan nilai $p = 0,004 (< 0,05)$ dan koefisien regresi -0,205. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linear pada model ketiga, ditemukan bahwa nilai signifikansi adalah 0,001 ($< 0,05$), serta nilai koefisien regresi sebesar -0,341. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan bersifat negatif antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pada konsumen Toko *Thrift* “Baju

Gantimu” di Kediri. Maka dari itu, hipotesis ketiga (H_a) diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak.

4. Berdasarkan hasil analisis mediasi, diperoleh bahwa kontrol diri memediasi secara parsial hubungan antara *social proof* dengan pembelian impulsif pada konsumen Toko *Thrift* “Baju Gantimu” di Kediri. Sebagaimana ditunjukkan dengan penurunan koefisien pengaruh *social proof* terhadap pembelian impulsif dari 0,092 menjadi 0,069 ketika variabel kontrol diri dimasukkan, dengan nilai $p = 0,017$ ($< 0,05$).. Dengan demikian, hipotesis keempat (H_a) diterima sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran berdasarkan manfaat teoritis

Berdasarkan manfaat teoritis dari hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, disarankan agar penelitian-penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas jangkauan penelitian atau menambahkan variabel independen lain yang mungkin dapat memberikan kontribusi pengaruh lebih besar terhadap pembelian impulsif selain *social proof*, Misalnya menambah variabel seperti *materialisme*, *emotion regulation*, atau *self-regulatory efficacy*, agar dapat memberikan gambaran yang lebih bervariasi tentang faktor-faktor psikologis yang memengaruhi perilaku konsumtif. Kemudian

pada peeliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, misalnya pendekatan kualitatif atau eksperimen, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme psikologis dari pengalaman pribadi subjek penelitian .

2. Saran berdasarkan manfaat praktis

Berdasarkan manfaat praktis dari temuan penelitian ini, disarankan agar pelaku usaha, khususnya pengelola toko *thrift*, sebaiknya menggunakan strategi pemasaran yang lebih edukatif dan etis, tidak hanya menonjolkan tren atau pengaruh sosial, tetapi juga mendorong konsumen untuk berbelanja secara bijak dengan menekankan nilai keberlanjutan dan kesadaran terhadap konsumen, Dengan ini konsumen juga akan lebih rentan mengalami efek dampak negatif dari pembelian impulsif,.

3. Saran bagi Konsumen Toko *Thrift* “Baju Gantimu” di Kediri

Konsumen perlu meningkatkan kesadaran dan kontrol diri agar lebih selektif dalam mengambil keputusan berbelanja. Penting bagi konsumen untuk mampu menunda keinginan sesaat, memahami kebutuhan yang sebenarnya, serta menyadari pengaruh sosial yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi mereka. Dengan demikian, konsumen dapat mengurangi perilaku pembelian impulsif yang berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti pengelolaan keuangan yang buruk, kecanduan berbelanja, dan dampak pembelian impulsif lainnya.