

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku konsumtif responden cukup rendah, hal ini karena, hanya satu dari tiga aspek perilaku konsumtif yang mendorong perilaku konsumtif responden yaitu pembelian impulsif. Tingkat pembelian impulsif yang dilakukan responden dapat dikatakan tinggi karena 66% responden melakukan pembelian produk kecantikan karena adanya promo menarik dan 76% responden merasa tidak puas dari responden saat membeli produk kecantikan. Tentu saja, ketertarikan responden terhadap produk kecantikan juga dilihat dari daya tarik *beauty influencer* dalam mengulas produk kecantikan, sehingga responden tertarik untuk percaya dan mengakui keahlian *beauty influencer*. Ketertarikan tersebut yang dapat mendorong responden untuk berperilaku konsumtif.
2. Terdapat 2 ragam produk kecantikan yang diminati oleh responden yaitu produk perawatan kulit dan riasan wajah. Ketertarikan responden terhadap produk perawatan kulit sebesar 68,69%, sedangkan ketertarikan pada riasan wajah hanya 21,21% saja. Hal ini karena, responden merasa bahwa perawatan kulit memiliki manfaat berkelanjutan dalam kesehatan kulit.

B. Rekomendasi

1. Bagi Mahasiswi

Diharapkan bagi mahasiswi dan masyarakat dapat mengendalikan diri dalam melakukan pembelian produk kecantikan yang digunakan. Menentukan anggaran bulanan atau tahunan untuk produk kecantikan dapat menjadi salah satu cara pengendalian diri terhadap produk kecantikan. Selain itu, dapat dengan membuat daftar belanja produk kecantikan yang memang dibutuhkan. Kemudian, dapat

mencari tahu lebih jelas terkait produk kecantikan tersebut apakah baik digunakan atau tidak, serta mengecek terkait BPOM dari produk kecantikan tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji secara luas terkait perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi seperti melalui *e commerce* dengan menggunakan metode penelitian lainnya yang dapat menjelaskan lebih rinci terkait perilaku konsumtif mahasiswi.

