

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Didasarkan pada hasil analisis data pada penelitian ini, pengaruh *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial yang mengikuti akun instagram “makananenakbanjar” di kota Banjarmasin, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara signifikan antara *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* pada generasi milenial yang mengikuti akun instagram “makananenakbanjar” di kota Banjarmasin sebesar 19,4%. Hal tersebut terlihat dari skor signifikansi variabel *celebrity endorse* terhadap *impulsive buying* yakni senilai $0,001 < 0,05$ yang memperlihatkan bahwasannya pengajuan H_a dinyatakan diterima.
2. Tingkat pengaruh yang diberikan oleh *celebrity endorse* kepada generasi milenial yang mengikuti akun instagram “makananenakbanjar” di kota Banjarmasin berada pada kategori sedang. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis data variabel *celebrity endorse* yang hasilnya untuk kategorisasi tinggi berjumlah 49 orang dengan presentase sebesar 18%, pada kategorisasi sedang berjumlah 180 orang dengan presentase sebesar 65% dan pada kategorisasi rendah berjumlah 47 orang dengan presentase sebesar 17%.
3. Tingkat *impulsive buying* pada generasi milenial yang mengikuti akun instagram “makananenakbanjar” di kota Banjarmasin berada pada kategori

sedang. Hal tersebut diketahui dari hasil analisis data variabel *impulsive buying* yang hasilnya untuk kategorisasi tinggi berjumlah 47 orang dengan presentase sebesar 17%, pada kategorisasi sedang berjumlah 176 orang dengan presentase sebesar 64% dan pada kategorisasi rendah berjumlah 53 orang dengan presentase sebesar 19%.

B. Saran

Melalui hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangannya, maka dari itu peneliti mengajukan sejumlah saran untuk dipertimbangkan demi kesempurnaan pada penelitian berikutnya yang mengambil tema serupa, diantaranya:

1. Bagi institusi, yakni UIN Antasari Banjarmasin harapannya bisa menambah koleksi bukunya di perpustakaan yang terkait pada tema tentang *celebrity endorse* serta *impulsive buying* agar memudahkan peneliti selanjutnya.
2. Untuk generasi milenial yang mengikuti akun instagram “makananenakbanjar”, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar generasi milenial pengikut akun instagram “makananenakbanjar” di Banjarmasin memiliki perilaku pembelian impulsif produk kuliner dengan kategori yang sedang. Oleh karena itu disarankan kepada para generasi milenial hendaknya menghindari pembelian yang hanya didasarkan pada keinginan, tetapi juga memperhatikan perencanaan dan prioritas dalam pembelian.

3. Untuk pengguna akun instagram “makananenakbanjar” harapannya bisa meningkatkan visibilitas dan kredibilitas untuk kemajuan akun instagram “makananenakbanjar” agar bisa lebih baik lagi kedepannya.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar bisa mengkaji variabel lain atau faktor-faktor lain yang menyebabkan terjadinya perilaku pembelian impulsif, seperti faktor lingkungan, pemasaran, karakteristik produk, karakteristik konsumen, dan lainnya. Selain itu perlu perluasan ruang lingkup subjek yang digunakan agar hasil yang di dapatkan lebih optimal.