

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif yang telah dilakukan, mengenai pengaruh Interaksi Parasosial di Instagram @tasyafarasya terhadap Perilaku *Impulse Buying* Produk “Mother of Pearl” kepada 100 responden, diperoleh hasil Uji Perhitungan korelasi antara dua variabel sebesar 0,553. Nilai ini membuktikan adanya hubungan kuat karena berada diantara 0,51 – 0,75. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Interaksi Parasosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap *Impulse Buying*. Selain itu diketahui pengaruh variabel Interaksi Parasosial terhadap *Impulse Buying* sebesar 69% melalui uji koefisien determinasi dengan nilai  $R = 0,831$  dan  $r\text{ square} = 0,690$ . Nilai koefisien regresi sebesar 0,626 bernilai positif, mengartikan bahwa semakin tinggi nilai Interaksi Parasosial maka akan semakin meningkatkan *Impulse Buying* Produk “Mother of Pearl”. Perbandingan nilai  $t$  hitung dan  $t$  tabel yaitu sebesar  $14,778 > 1,984$  dan nilai signifikansi 0,001 sehingga menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan hasil penelitian ini juga diketahui bahwa *Elaboration Likelihood Model* telah teruji kebenarannya pada penelitian ini yang menjelaskan bagaimana pesan yang terkandung pada interaksi parasosial didalam konten instagram @tasyafarasya dapat mengubah sikap individu setelah terpapar konten produk “Mother of Pearl” dimana mayoritas responden akhirnya melakukan pembelian tanpa melakukan pertimbangan dan pemikiran yang panjang karena konten pesan yang diserap hanya diproses melalui *peripheral route*.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah Interaksi Parasosial memiliki pengaruh sebesar 69% terhadap Perilaku *Impulse Buying* Produk “Mother of Pearl” dengan arah hubungan yang searah, yaitu semakin besar nilai variabel Interaksi Parasosial maka akan semakin meningkatkan pula variabel *Impulse Buying*. Serta terujinya *Elaboration Likelihood Model* pada perubahan sikap (*attitude change*) yang terjadi setelah terpengaruh Interaksi Parasosial di Instagram @tasyafarasya yaitu adalah munculnya sikap *Impulse Buying*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian menyatakan adanya pengaruh positif dari Interaksi Parasosial di Instagram @tasyafarasya terhadap *Impulse Buying* Produk “Mother of Pearl”. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan sehingga memerlukan penyempurnaan untuk penelitian selanjutnya. Saran berdasarkan hasil temuan penelitian yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

### a. Saran Praktis

Saran untuk *Influencer* yang ingin memanfaatkan adanya Interaksi Parasosial yang dilakukan di Akun Instagramnya adalah dengan meningkatkan interaksi yang dilakukan dengan para pengikutnya, selain itu buatlah konten yang menarik dan juga berpenampilan menarik di Media Sosial, karna faktor ketertarikan fisik sangat berpengaruh terhadap terjadinya Interaksi Parasosial. Di samping itu, terdapat saran bagi para audiens terutama para generasi Z yang sering terpengaruh adanya konten-konten yang dilakukan para *Influencer* di Instagram guna menarik dan mengajak audiens untuk melakukan pembelian produk secara impulsif. Pembelian tanpa perencanaan dapat berakhir dengan rasa menyesal dan keborosan, untuk itu lakukanlah pertimbangan yang lebih panjang sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian.

### b. Saran Akademis

Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan objek dan media sosial yang berbeda, selain itu pembahasan mengenai penggunaan media juga bisa dibahas secara lebih mendalam, serta bisa menambahkan aspek – aspek lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini seperti sosial dan ekonomi, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang terbaru. Karena dapat dipastikan kedepanya teknologi dan media akan semakin berkembang dan lebih maju daripada hari ini. Dianjurkan pula pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat mencakup sampel yang lebih banyak dan luas lagi daripada penelitian ini. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi penelitian yang akan datang, untuk meneliti secara lebih mendalam aspek – aspek yang tidak diteliti oleh peneliti dan pastinya dengan sudut pandang yang berbeda.