

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis pengujian dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai literasi ekonomi dan promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri medan angkatan 2015, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan angkatan 2015. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat literasi ekonomi tinggi memiliki perbedaan dalam perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat literasi ekonomi akan menurunkan perilaku konsumtif dan begitupula sebaliknya.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Artinya semakin tinggi promosi yang ditawarkan berakibat pada semakin tinggi keputusan pembelian yang akan menaruh pada perilaku konsumtif.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan literasi ekonomi dan promosi diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2015. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar 177.77 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Karena nilai $sig. F < 0,05$, maka

dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan literasi ekonomi, dan promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

4. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.579 berarti bahwa 57.9% perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel literasi ekonomi dan promosi. Sedangkan sisanya 42.1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa konstanta sebesar 41.975 menunjukkan apabila variabel literasi ekonomi (X_1) dan promosi (X_2) sebesar nol maka perilaku konsumtif (Y) akan menjadi 41.975. koefisien regresi literasi ekonomi sebesar 0.086 dan bertanda negative artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan literasi ekonomi mengalami peningkatan satuan, maka perilaku konsumtif akan menurun sebesar 8.6 tingkat. koefisien regresi variabel promosi sebesar 0.622 artinya jika variabel promosi mengalami peningkatan satuan maka perilaku konsumtif mengalami kenaikan sebesar 62.2 tingkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini literasi ekonomi berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa. Maka mahasiswa diharapkan lebih mendalami literasi ekonomi atau pemahaman konsep-konsep dasar ekonomi, sehingga tidak hanya

menguasai secara materi namun dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan dari literasi ekonomi tersebut agar mahasiswa dapat berpikir kritis, rasional, dan selektif dalam menentukan skala prioritas kebutuhan termasuk dalam kegiatan konsumsi sehingga dapat dan terhindar dari perilaku konsumtif.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa maka sebagai mahasiswa yang telah mempelajari ilmu ekonomi dengan baik diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu tersebut dalam kehidupan sehari-hari. mahasiswa hendaknya lebih selektif dan rasional dalam mempertimbangkan pembelian barang dan jasa. Pembelian harusnya didasari oleh kebutuhan bukan karena keinginan semata, ataupun ketertarikan pada promosi pada produk yang dilakukan produsen.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti maupun mengembangkan penelitian serupa, penulis menyarankan agar mempertimbangkan variasi dari sampel yang akan diteliti dan tentunya dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Bagi lembaga, hasil penelitian ini bisa menjadi referensi bagi lembaga untuk bisa menekankan beberapa mata kuliah yang menunjang mahasiswa untuk menghindari mahasiswa berperilaku konsumsi tidak rasional, sebab lembaga kelak mencetak pendidik dibidang ekonomi, maka diharapkan akan menghasilkan lulusan-lulusan yang kompeten dengan berbagai kebijakan dan program-program baik akademik atau non akademik. Penekanan prinsip-

prinsip ekonomi dalam pembelajaran perlu di terapkan agar ilmu ekonomi tidak hanya sekedar pengetahuan melainkan dapat dapat langsung di aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Ilmu ekonomi kiranya dapat dijadikan mata kuliah pilihan pada seluruh jurusan di perguruan tinggi baik itu jurusan ekonomi maupaun non-ekonomikarena pada dasarnya prinsip ekonomi diterapkan di kehidupan semua orang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai prosedur, namun masih memiliki keterbatasan, yaitu:

1. Untuk variabel literasi ekonomi atau pemahaman terhadap ekonomi dan indicator yang digunakan dan diukur dengan tes ataupun angket belum dapat memberikan gambaran yang tepat terhadap perilaku konsumtif.
2. Populasi yang diambil hanya pada satu Fakultas dan satu angkatan, sehingga generalisasi hasil penelitian hanya berlaku pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Angkatan 2015
3. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti dua faktor yaitu literasi ekonomi dan promosi, sehingga dalam penelitian ini hanya dapat memberikan informasi seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini tidak bisa diketahui secara rinci.