

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang sudah dilakukan serta pembahasan yang telah dipaparkan terhadap hasil penelitian mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X1) dan Lingkungan Teman Sebaya (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 Universitas Negeri Medan, maka diperoleh beberapa kesimpulan berikut ini :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Penggunaan Media Sosial (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 Universitas Negeri Medan.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Lingkungan Teman Sebaya (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 Universitas Negeri Medan.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara Penggunaan Media Sosial (X1) dan Lingkungan Teman Sebaya (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 Universitas Negeri Medan.

1.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan atas penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi mahasiswa diharapkan agar bisa menggunakan media sosial terkhusus media sosial Instagram dan TikTok dengan bijak sesuai dengan kebutuhan, tidak berlebihan, dan menghindari hal-hal yang membuat kita rentan untuk berbelanja online hanya untuk sekedar keinginan ataupun memenuhi kepuasan sementara yang mengarah pada perilaku konsumtif. Akan lebih baik jika mahasiswa membuat skala prioritas atas kebutuhannya. Mahasiswa juga diharapkan dapat bergaul yang baik dengan lingkungan teman sebaya, dapat saling mendukung akan hal-hal baik dan sama-sama menghindari pergaulan yang mengarah pada perilaku konsumtif.
2. Bagi Civitas Universitas Negeri Medan terkhusus yang berada dalam lingkungan Fakultas Ekonomi agar membuat program-program seperti kuliah umum yang mengarahkan mahasiswa untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi yang sebenarnya sudah mempelajari mengenai perilaku ekonomi yang baik agar diterapkan juga dalam kehidupan sehari-harinya untuk berbelanja bukan berdasarkan keinginan melainkan kebutuhan.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan menambah populasi ataupun sampel yang lebih banyak lagi serta meneliti variabel lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Misalnya, literasi keuangan, gaya hidup, budaya, persepsi, usia dan pekerjaan, serta lainnya.