

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian mengenai Pengaruh Konformitas dan Modernitas Individu Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Modernitas Individu terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Konformitas dan Modernitas Individu dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($429,004 > 3,12$) dan nilai signifikansi $\alpha < 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian serta kesimpulan di atas, maka terdapat saran-saran dari peneliti yang sekiranya dapat bermanfaat, sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai pengalaman berharga yang dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan peneliti tentang konformitas

dan modernitas individu pada mahasiswa khususnya bagaimana kedua hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga akhirnya peneliti dapat lebih mengontrol perilaku konsumtif dalam dirinya.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat lebih mengontrol diri agar konformitas dan modernitas individu tidak menyebabkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Berikut beberapa saran aplikatif yang dapat diterapkan :

- Utamakan Kebutuhan daripada Keinginan : Sebelum membeli sesuatu, pertimbangkan apakah barang tersebut merupakan kebutuhan atau hanya keinginan. Fokuslah untuk membeli barang-barang yang benar-benar diperlukan.
- Susun Anggaran Bulanan : Membuat anggaran bulanan dapat membantu mengendalikan pengeluaran. Dengan menentukan batas pengeluaran untuk setiap kategori sehingga mahasiswa bisa lebih bijaksana dalam mengelola keuangan.
- Hindari Godaan Diskon dan Promosi : Diskon dan promosi sering kali mengundang perilaku konsumtif. Sebelum membeli barang diskon, pastikan bahwa barang tersebut benar-benar dibutuhkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat pula dijadikan sebagai tolak ukur dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya, sebagai bahan referensi dan masukan bagi mahasiswa dan peneliti lain yang akan mengadakan penelitian baik sejenis di masa yang datang.