

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, pada uji hipotesis hasil penelitian pertama dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara konsep diri dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hal tersebut dilihat dari koefisien korelasi (r_{xy}) = -0.207 dengan $p = 0,022$ ($p < 0,050$) yang berarti terdapat hubungan yang negatif antara konsep diri dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Artinya terdapat pengaruh antara konsep diri dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Semakin negatif konsep diri mahasiswa maka semakin tinggi gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa. Begitu juga sebaliknya, semakin positif konsep diri mahasiswa maka semakin rendah gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta memiliki konsep diri yang tinggi dengan presentasi subjek sebesar 68,4% dan gaya hidup *brand minded* yang sedang dengan presentasi subjek sebesar 72,6%. Hasil penelitian ini memperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,043. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel konsep diri menunjukkan kontribusi sebesar 4,3% terhadap gaya hidup *brand minded* dan sisanya 95,7% dipengaruhi oleh faktor lain

yaitu faktor pribadi selain konsep diri, faktor sosial, faktor budaya dan faktor psikologis.

Hasil penelitian dan pembahasan untuk uji hipotesis penelitian yang kedua, terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasi (r_{xy})= 0,424 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,050$) yang berarti ada hubungan positif antara konformitas dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Artinya terdapat pengaruh antara konformitas dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah konformitas maka akan semakin rendah gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta memiliki konformitas yang sedang dengan presentasi subjek sebesar 70,5% dan gaya hidup *brand minded* yang sedang dengan presentasi subjek sebesar 72,6%. Hasil penelitian ini memperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,164. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel konformitas menunjukkan kontribusi sebesar 16,4% terhadap gaya hidup *brand minded* dan sisanya 83,6% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor pribadi, faktor sosial selain konformitas, faktor budaya dan faktor psikologis.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah :

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dalam penelitian ini menunjukkan konsep diri yang tinggi, hal tersebut menandakan bahwa mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta sudah baik dalam mengelola konsep diri yang dimiliki. Walaupun gaya hidup *brand minded* termasuk dalam kategori sedang mahasiswa masih mampu mengendalikan gaya hidup terkait penggunaan dan pembelian barang-barang *branded* dengan bijak. Mahasiswa dalam penelitian ini memiliki konformitas yang berada dalam kategori sedang. Harapannya mahasiswa dapat lebih bijak dalam menyikapi dan memilah pengaruh lingkungan sekitar terutama yang berasal dari teman kelompok referensinya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti yang tertarik untuk menggali lebih jauh tentang gaya hidup *brand minded*, diharapkan dapat menggunakan variabel yang lain, selain konsep diri dan konformitas jika ingin melakukan penelitian dengan tema Gaya Hidup *Brand Minded*. Terkait dalam pengisian skala penelitian, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyertakan tambahan informasi pribadi subjek penelitian seperti jenis kelamin dan latar belakang pekerjaan agar dapat memperkaya informasi yang diperoleh. Selain itu, diharapkan sebaran skala penelitian dapat lebih luas dengan melibatkan kalangan masyarakat lainnya selain mahasiswa.