

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis *product moment* yang menunjukkan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar -0.667 dengan  $p = 0.000$ . Artinya, semakin tinggi kepercayaan diri maka mahasiswa lebih menerima diri apa adanya, memiliki kebanggaan terhadap diri sendiri, dan dapat tampil dengan penuh keyakinan, sehingga mahasiswa yang percaya terhadap dirinya sendiri tidak akan mudah terpengaruh ketika dihadapkan dengan pilihan saat membeli kosmetik secara berlebihan. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka mahasiswa sulit untuk menunjukkan diri apa adanya, menjadi malu karena kekurangan diri sendiri, dan tidak yakin saat mengambil keputusan untuk dirinya sendiri, sehingga ketika dihadapkan dalam pembelian kosmetik mahasiswa lebih menimbang kebutuhannya dan tidak terus menerus membeli kosmetik atau berperilaku konsumtif.

Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0.444, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan diri memberikan sumbangan efektif sebesar 44.4% terhadap variabel perilaku konsumtif kosmetik dan sisanya 55.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam

penelitian ini seperti kontrol diri, gaya hidup, dan konformitas, hadirnya iklan, gaya hidup, dan kartu kredit.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan peneliti yaitu sebagai berikut:

### 1. Bagi subjek

Bagi subjek, agar dapat menurunkan perilaku konsumtif diharapkan dapat menumbuhkan kepercayaan dirinya dengan menerima diri apa adanya, yakin bahwa dirinya mampu berpenampilan menarik walaupun tidak berganti-ganti kosmetik, dan menimbang terlebih dahulu saat membeli kosmetik sesuai kebutuhan, sehingga kepercayaan diri membuat subjek tidak membeli kosmetik secara terus-menerus

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan meneliti faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor kontrol diri, gaya hidup, dan konformitas, hadirnya iklan, gaya hidup, dan kartu kredit, sehingga dapat mengetahui seberapa besar kontribusi variabel lain terhadap perilaku konsumtif kosmetik dengan menggunakan subjek dan tempat yang berbeda. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menggunakan populasi yang lebih besar dari penelitian ini agar memiliki subjek di setiap tempat yang sesuai dengan kriteria agar

bisa digeneralisasikan atau agar hasilnya dapat menyeluruh mewakili setiap subjek di suatu wilayah tersebut.

