

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian produk pakaian secara *online* pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hal tersebut dapat di lihat dari hasil analisis *product moment* yang menunjukkan koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,758 dengan $p = 0,000$. Artinya, semakin tinggi konformitas, maka mahasiswi akan merasakan tekanan dalam kelompok, karena adanya rasa ingin memiliki kesamaan juga rasa ingin diterima dalam kelompok akan memicu terjadinya perilaku konsumtif secara *online* yang tinggi pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Sebaliknya, konformitas yang rendah tidak akan menyebabkan mahasiswi merasakan tekanan dalam kelompok, karena adanya rasa ingin memiliki kesamaan juga rasa ingin diterima dalam kelompok, hal ini juga meminimalisir terjadinya perilaku konsumtif secara *online* pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Hasil koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,575, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Konformitas memberikan sumbangan efektif sebesar 57,5% terhadap variabel Perilaku Konsumtif secara *Online* dan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam

penelitian ini seperti faktor hadirnya iklan, gaya hidup yang mewah, dan adanya kartu kredit.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Subjek
 - a. Bagi subjek, agar bisa menempatkan diri dengan baik dalam pergaulan dengan teman dalam kelompok dan mengelola keuangan dengan baik. Terutama dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Mahasiswi diharapkan dapat mengutamakan kebutuhan yang rasional daripada kebutuhan yang tidak rasional. Sehingga hal tersebut dapat menghindarkan mahasiswi dari sifat boros atau menghambur-hamburkan uang karena adanya tekanan oleh teman dalam kelompok.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memberikan rincian karakteristik responden yang mengatakan bahwa subjek merupakan pelaku pembeli secara online, yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
 - b. Diharapkan dapat lebih teliti lagi dalam mengolah data skoring dalam penelitian selanjutnya.
 - c. Sumbangan konformitas terhadap perilaku konsumtif secara *online* sebesar 42,5% sehingga masih banyak faktor lain yang dianggap dapat mempengaruhi perilaku konsumtif secara *online* dan selanjutnya

diharapkan dapat meneliti faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor hadirnya iklan, gaya hidup yang mewah, dan adanya kartu kredit, sehingga dapat mengetahui seberapa besar kontribusi variabel lain terhadap perilaku konsumtif secara *online* dengan menggunakan subjek dan tempat yang berbeda.