

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa generasi Z dengan koefisien korelasi $r_{xy} = -0,251$ dengan $p = 0,006$ ($p = <0,050$) yang berarti ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa generasi Z. Semakin positif konsep diri yang dimiliki mahasiswa generasi Z maka semakin rendah perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa generasi Z. Sebaliknya semakin negatif konsep diri yang dimiliki mahasiswa generasi Z maka semakin tinggi perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa generasi Z. sehingga berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang dapat diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Generasi Z

Bagi generasi z diharapkan untuk dapat mengurangi perilaku konsumtif. Terutama di era yang serba teknologi seperti saat ini, generasi z sebagai generasi yang lebih dekat dengan teknologi internet, diharapkan dapat lebih bijak dalam menggunakan segala fasilitas internet salah satunya seperti media sosial pun

beragam aplikasi belanja online yang ada saat ini. Generasi z sebagai konsumen diharapkan membeli sesuatu lebih didasarkan pada kebutuhan bukan karena keinginan semata. Belajar untuk lebih memahami diri sendiri, paham untuk membedakan mana yang benar-benar menjadi kebutuhan agar terhindar dari pemborosan dan inefisiensi biaya terlebih kepada mahasiswa generasi z yang sebagian besar dari mereka masih dibiayai oleh orang tua ataupun keluarga. Belajar dan membiasakan diri untuk membeli sesuatu berdasarkan kebutuhan bukan hanya karena diskon potongan harga, ikut-ikutan, ataupun sekedar menjaga gengsi untuk mendapat pengakuan sosial.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, sehingga disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel x lainnya untuk perilaku konsumtif belanja *online* seperti konformitas, faktor budaya, kelas sosial, keluarga, pengalaman belajar, kepribadian dan juga sikap dan keyakinan. Disarankan juga kepada peneliti selanjutnya agar menambah teori ataupun menggunakan subjek generasi lainnya untuk memperbarui dan melengkapi penelitian tentang perilaku konsumtif pada penelitian sebelumnya.