

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis terdapat hubungan yang negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat diterima. Hal itu ditunjukkan dengan $r = -0.546$ dan $p = 0.000$ ($p > 0.050$), dengan sumbangan efektif sebesar 0.298 menunjukkan bahwa konsep diri mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 29.8% . Hal itu menunjukkan bahwa sebanyak 70.2% disebabkan oleh faktor lain yaitu (Kotler, 2012) faktor budaya yang terdiri dari peran budaya, sub budaya, kelas sosial pembeli. Faktor acuan yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengalaman belajar, sikap dan keyakinan (agama). Arti negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa, dan sebaliknya semakin rendah konsep diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa.

Subjek penelitian memiliki perilaku konsumtif pada kategori sedang dengan jumlah 38 orang (63.3%). Kemudian sebanyak 19 orang (31.7%) dalam kategori rendah dan 3 orang (5%) memiliki perilaku konsumtif tinggi, dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa cenderung rendah. Berdasarkan kategorisasi konsep diri diketahui bahwa terdapat

20 orang (33,34%) yang memiliki konsep diri pada kategori sedang, 1 orang (1,66%) memiliki konsep diri pada kategori rendah dan 39 orang (65%) pada kategori tinggi, dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa tingkat konsep diri mahasiswa cenderung tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa

Bagi mahasiswa agar sebagai konsumen terutama dalam kisaran umur remaja, bahwa mengenali dan menerima kelebihan dan kelemahan yang dimiliki merupakan hal yang penting untuk menjauhkan diri dari perilaku konsumtif.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang meneliti tentang variabel perilaku konsumtif agar dapat mengkaji dalam jangkauan dan referensi yang lebih luas. Meneliti kembali dengan variabel lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Peneliti lain juga diharapkan dapat mengungkap penemuan-penemuan baru yang bisa menunjang penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E.D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Jurnal Psikologi*, 1 (2): 148-156.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Calhoun, J.F., & Acocella, J.R. (1990). *Psychology of Adjustment and Human Relationship*, McGraw Hill, Inc, New York.
- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian. *Jurnal Spirits*, Vol.2 No.1.
- Dyna, H. (2013). Pemasaran Remaja (Studi Literatur tentang Pemasaran barang dan Jasa untuk Remaja). Diakses pada http://manajemen.unsoed.ac.id/repositorydocument-to/download/doc_view/15-pemasaran-remaja pada tanggal 2 Mei 2018.
- Fitriani & Romas, M. Z. (2014). Hubungan Konsep Diri dengan perilaku Konsumtif pada Remaja Di SMK Kesehatan. *Jurnal Psikologi*, Vol.10.
- Ghufron, M. N & Risnawati, R. (2014). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta : Ar-ruzz Media.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, Vol.11 No.1.
- Hartanto, B S., Urip A. M., & Rufus P. (2005). *Psikologi Ekonomi dan Konsumen*. Penerbit Bagian Psikologi Industri & Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Iskandar. (2016). Implementasi teori hirarki kebutuhan abraham maslow terhadap peningkatan kinerja pustakawan. *Jurnal ilmu perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, Vol.4, No.1.
- Ja'far, S. (2015). Struktur Kepribadian Manusia Perspektif Psikologi dan Filsafat. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol.2, No.2.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. *Jurnal Ekonomi*.

- Killing, N., & Killing, I Y. (2015). Tinjauan Konsep Diri dan Dimensinya Pada Anak Dalam Masa Kanak-Kanak Akhir. *Jurnal Psikologi Pendidikan & Konseling*, Vol.1, No.2.
- Kusrini, W., & Prihartanti, N. (2014). Hubungan Dukungan Sosial dan Kepercayaan Diri Dengan Prestasi Bahasa Inggris Siswa Kelas VIII SMP Negeri 6 Boyolali. *Jurnal penelitian Humaniora*, Vol.15 No.2.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Nitisusatro, M. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Lina & Rasyid, H.F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control pada Remaja Putra, *Jurnal Psikologika*, No.4.
- Mangkunegara, A. P. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Octaviani, C., & Kartasmita, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol.1, No.2.
- Tambunan, (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Available FTP: <http://www.e.psikologi.com>
- Naomi, P., & Mayasari, I. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Siswa SMA dalam Perilaku Pembelian Kompulsif: Perspektif Psikologi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3, No.2.
- Puarriesthaufani, A. (2011). *Re-eksistensi Mahasiswa Muda*. Diakses pada <http://m.kompasiana.com/post/muda/2011/12/20/re-eksistensimahasiswa> pada tanggal 15 Maret 2016.
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya. Hal:99-107.
- Santrock, J.W. (2001). *Adolescence: perkembangan remaja (Edisi KE-6)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sarwono, S.W. (2006). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Suyasa, P., & Fransisca. (2005). *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. *Phronesis*, 7(2), 172-198.
- Sembiring, J. (2008). *Budaya Konsumerisme*. Diakses pada Available: http://indowarta.com/index.php?option=com_content&task=category§ionid=6&id=26&Itemid=39 pada tanggal 10 Oktober 2017.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep Diri, Komitmen, dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal psikologi*, Vol.4, No.02.
- Swati, K., & Sandeep, S. (2012). *Study on the Three Way Influence of Self Concept, Ethnocentrism and Impulsiveness on Consumer's Exploratory Tendencies*. *Asian Journal Of Management Research*.
- Winayoga, F. (1999). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kenakalan Remaja Dalam Pembinaan BAPAS*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.