

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian mengenai pengaruh kerentanan konsumen akan efek normatif, konsumsi status, dan kebutuhan konsumen akan keunikan terhadap konsumsi bandwagon maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Kerentanan konsumen akan efek normatif mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021 berada pada kategori sedang. Konsumsi status mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021 berada pada kategori sedang. Begitu pula dengan kebutuhan konsumen akan keunikan mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021 berada pada kategori sedang. Adapun konsumsi bandwagon mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021 dapat masuk ke dalam kategori sedang dan tinggi.
2. Kerentanan konsumen akan efek normatif mahasiswa berpengaruh positif terhadap konsumsi bandwagon mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kerentanan konsumen akan efek normatif yang dimiliki mahasiswa, maka akan semakin tinggi juga konsumsi bandwagannya.
3. Konsumsi status mahasiswa berpengaruh positif terhadap konsumsi bandwagon mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi konsumsi status yang dilakukan mahasiswa, maka akan semakin tinggi juga konsumsi bandwagannya.
4. Kebutuhan konsumen akan keunikan berpengaruh negatif terhadap konsumsi bandwagon mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kebutuhan konsumen akan keunikan yang dimiliki mahasiswa, maka akan semakin rendah konsumsi bandwagannya.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat beberapa implikasi baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun implikasi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kerentanan konsumen akan efek normatif dan konsumsi status berpengaruh positif terhadap konsumsi bandwagon mahasiswa, sedangkan kebutuhan konsumen akan keunikan berpengaruh negatif terhadap konsumsi bandwagon mahasiswa. Dengan demikian, Teori Konsumsi Leibenstein (1950) dan penelitian Kastanakis & Balabanis (2012) dapat digunakan untuk mengestimasi perilaku konsumsi.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kerentanan konsumen akan efek normatif, konsumsi status, dan kebutuhan konsumen akan keunikan berpengaruh pada konsumsi bandwagon mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan peran dari berbagai pihak mulai dari instansi pendidikan, keluarga, serta masyarakat untuk menanamkan *mindset* kepada mahasiswa agar tidak terlalu melakukan konsumsi bandwagon/ikut-ikutan yang jika terus dilakukan akan menimbulkan sifat yang konsumtif. Bagi instansi pendidikan khususnya FPEB UPI, penelitian ini dapat dijadikan data bahwa kerentanan konsumen akan efek normatif, konsumsi status, kebutuhan akan keunikan, dan konsumsi bandwagon mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021 masih tergolong di kategori sedang sehingga sikap ini masih bisa dikendalikan dengan mengadakan seminar maupun pembelajaran terkait konsumerisme agar tidak menimbulkan adanya sifat konsumtif dalam mahasiswa. Bagi keluarga mahasiswa FPEB UPI angkatan 2021, data ini dapat dijadikan acuan agar menciptakan iklim hemat dalam kehidupan keluarga dan mengajarkan arti kesederhanaan sehingga mahasiswa akan lebih sadar dan tidak mudah untuk terbawa akan pengaruh lingkungan sekitarnya.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini maka diberikan rekomendasi sebagai berikut.

1. Bagi mahasiswa

Diharapkan untuk bisa menahan diri dari faktor-faktor eksternal yang akan mempengaruhi pada perilaku konsumsi yang mengarahkan ke sifat konsumtif.

Hal tersebut akan sulit untuk dilakukan karena pada dasarnya itu merupakan sifat dari manusia yang peka akan lingkungan sosial, ingin memperoleh status/pengakuan di masyarakat, dan ingin mengekspresikan jati dirinya. Namun kesulitan tersebut dapat diatasi dengan mengetahui dampak negatif dari perilaku konsumsi ini dan lebih sering untuk mengikuti seminar ataupun kajian agama seperti yang dilakukan oleh Paus Fransiskus pada kunjungannya ke Indonesia yang menjunjung kata kesederhanaan dan diimplementasikan juga oleh dirinya sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran bahwa perilaku konsumtif itu merupakan sifat yang salah karena menghambur-hamburkan harta secara berlebihan.

2. Bagi perguruan tinggi

Diharapkan memberikan pembelajaran ataupun seminar kepada mahasiswa untuk bisa lebih bijak lagi dalam melakukan konsumsi. Perilaku yang boros dan hedonisme akan menciptakan konsumsi yang tidak terkontrol dan cenderung membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan dalam perkuliahan. Adapun diharapkan kepada dosen khususnya mata kuliah Mikroekonomi untuk memberikan pembelajaran kepada mahasiswa terkait tindakan preventif dan dampak dari perilaku konsumsi ini. Sikap konsumtif ini akan membuat perilaku individu untuk menghambur-hamburkan uang untuk keperluan yang tidak penting dan dapat membawa mahasiswa melakukan tindakan yang menyimpang untuk kepentingan dirinya sendiri.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dalam penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian yang akan dilakukan di masa yang depan mengenai topik konsumsi bandwagon dengan variabel kerentanan konsumen akan efek normatif, konsumsi status, dan kebutuhan konsumen akan keunikan. Penelitian berikutnya dapat lebih memfokuskan sampel penelitian pada mahasiswa yang bekerja dan sudah berpendapatan maupun masyarakat agar penelitian yang dilakukan lebih tergambar pada kenyataan. Selain itu, apabila peneliti selanjutnya menggunakan *software* GPower untuk menentukan jumlah sampel, dapat disarankan untuk menggunakan nilai *effect size* di kategori tinggi untuk meningkatkan nilai kekuatan tes pada penelitian berikutnya. Penelitian ini

didasarkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Kastanakis & Balabanis (2012) dan teori Leibenstein (1950) sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel independennya seperti konsep diri seperti *independent self* dan *interdependent self* serta variabel dependennya seperti efek snob dan efek veblen pada konsumsi barang mewah.