

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dapat mengambil kesimpulan tentang perilaku konsumen mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) adalah sebagai berikut:

1. Gambaran umum perilaku konsumen mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) berdasarkan hasil analisis, bahwa sesuai asas transitif didapat bahwa gambaran umum perilaku konsumen mahasiswa mencapai kepuasan terinterpretasi dari alokasi konsumsi, frekuensi konsumsi dan lokasi konsumsi pada kebutuhan primer yang menjadi prioritas utama pemenuhan kebutuhan walaupun mahasiswa menyukai pemenuhan kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier
2. Gambaran perilaku konsumen mahasiswa dapat dilihat dari aspek alokasi konsumsi, frekuensi konsumsi dan lokasi konsumsi. Ketiga aspek tersebut masing-masing dianalisis berdasarkan tiga kebutuhan hidup. Sebagai mahasiswa, kebutuhan primer dianalisis dari kebutuhan makan, kebutuhan kuliah seperti membeli buku, *print* dan *photo copy* tugas kuliah dan kebutuhan transportasi menuju kampus. Kebutuhan sekunder dianalisis dari kebutuhan membeli pulsa, *shopping* dan kebutuhan perawatan tubuh. Serta kebutuhan tersier mahasiswa dianalisis dari kebutuhan rekreasi.
3. Gambaran perilaku konsumen mahasiswa dilihat dari aspek efek ikut arus (*band wagon effect*) termasuk kedalam kategori sedang, artinya bahwa perilaku konsumen kelompoknya menjadi penimbang cukup penting dalam menentukan barang/jasa yang akan dikonsumsi oleh mahasiswa, karena mereka akan menganggap barang/jasa tersebut memiliki daya guna yang tinggi jika barang tersebut dikonsumsi juga oleh teman kelompoknya. Sedangkan efek sok (*snob effect*) termasuk ke dalam kategori rendah, artinya konsumen mahasiswa UPI tidak terlalu mementingkan produk

produk eksklusif untuk dikonsumsi. Hal ini terjadi karena mahasiswa lebih senang terhadap barang/jasa yang dikonsumsi oleh kelompoknya, karena mahasiswa ingin diakui eksistensinya sebagai mahasiswa oleh kelompoknya daripada menjadi *trend centre* bagi mahasiswa lainnya.

5.2 Saran

Pada bagian ini, peneliti memberikan saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Saran terbagi atas dua hal, yaitu saran metodologis dan saran praktis.

1. Saran Metodologis

Dalam penelitian ini, terdapat kekurangan-kekurangan baik dalam hal konsep, metode maupun penyajian informasi. Oleh karena itu, kekurangan-kekurangan tersebut perlu diperhatikan sebagai upaya untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Dalam sub-bab terakhir ini, peneliti mengajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya.

Pertama, sampel pada penelitian ini tidak menggunakan jumlah responden yang sama setiap jenis kelamin, pada penelitian ini jumlah responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki. Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih baik lagi jika jumlah responden perempuan sama jumlahnya dengan responden laki-laki. Karena wanita memiliki kecenderungan lebih besar untuk berperilaku konsumtif dibandingkan pria. Hal ini disebabkan konsumen wanita cenderung lebih emosional, sedangkan pria lebih nalar.

Kedua, dalam penelitian ini mengenai perilaku konsumen, peneliti hanya menggambarkan perilaku konsumen mahasiswa berdasarkan asas transitif dari teori *revealed preference hypothesis* didapat bahwa gambaran umum perilaku konsumen mahasiswa mencapai kepuasan maksimum terinterpretasi dari alokasi konsumsi, frekuensi konsumsi dan lokasi konsumsi pada kebutuhan primer yang menjadi prioritas utama pemenuhan kebutuhan walaupun pemenuhan kebutuhan primer lebih disukai dari pemenuhan kebutuhan tersier, dan pemenuhan kebutuhan tersier lebih disukai dari pemenuhan kebutuhan sekunder. Untuk

penelitian selanjutnya, akan sempurna untuk meneliti perilaku konsumen mahasiswa berdasarkan *revealed preference axioma*, sehingga hasil penelitian akan didapat kepuasan maksimum mahasiswa tercipta pada dua kombinasi antara tiga jenis kebutuhan yakni kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier mahasiswa.

Ketiga, untuk penelitian selanjutnya, indikator yang disajikan diharapkan lebih banyak lagi, sehingga tidak jenis kelamin, pendidikan orang tua, pekerjaan orang tua dan pendapatan orang tua saja agar deskripsi perilaku konsumen mahasiswa dapat lebih kaya dan lebih akurat karena banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, misalnya jarak antara dari tempat tinggal ke kampus, gaya hidup, selera, dll.

2. Saran Praktis

Selain saran metodologis, peneliti juga mengajukan beberapa saran praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu sebagai berikut:

Pertama, hasil penelitian mengenai perilaku konsumen mahasiswa dapat dijadikan informasi bagi produsen untuk meluaskan pemasaran produknya kepada mahasiswa karena perilaku konsumen mahasiswa lebih terpengaruh oleh efek ikut arus dari pada efek sok.

Kedua, berdasarkan hasil penelitian mengenai perilaku konsumen, hendaknya mahasiswa melakukan pembelian atas dasar kebutuhan, bukan keinginan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengurutkan barang-barang yang dibutuhkan berdasarkan sifat pemenuhannya, bisa ditangguhkan atau justru harus disegerakan. Serta tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan, terutama pengaruh teman sebaya yang membawa kita pada perilaku konsumtif tanpa diimbangi dengan sumber daya (uang) yang kita miliki.

