

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Lingkungan sosial mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UPI berada pada kontinum tinggi. Artinya semakin tinggi lingkungan sosial maka akan semakin mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen berada pada daerah kontinum tinggi. Artinya mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UPI rata-rata memiliki perilaku konsumen yang boros. Gaya hidup mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UPI berada pada kontinum tinggi, artinya mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UPI memiliki gaya hidup yang tinggi/ eksklusif.
2. Lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Artinya semakin positif pengaruh lingkungan sosial seseorang maka akan positif atau semakin rasional perilaku konsumen dalam berkonsumsi. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji signifikansi yang lebih kecil dari 0,005. Makna yang terkandung ialah semakin tinggi lingkungan sosial seseorang maka akan semakin meningkatkan perilaku konsumen.
3. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Ketika gaya hidup seseorang tinggi maka perilaku konsumen dalam mengkonsumsi akan tinggi. Begitu pula sebaliknya ketika gaya hidup rendah maka perilaku konsumen dalam mengkonsumsi akan rendah. Artinya ketika gaya hidup seseorang semakin rasional, maka rasionalitas perilaku konsumen semakin meningkat, dan juga sebaliknya ketika gaya hidup seseorang semakin tidak rasional, maka rasionalitas perilaku konsumen semakin menurun.
4. Lingkungan sosial dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen yang bersifat konsumtif terjadi apabila seseorang memiliki paradigma baru terhadap gaya hidup modern yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan didukung oleh daya beli yang tinggi.

5.2 Saran

1. Sebaiknya di dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial dapat mengontrol diri dan dapat memperhatikan kemampuan finansial sehingga tidak terbawa dalam gaya hidup yang mengarah pada perilaku konsumtif dan hedonis.
2. Akan lebih baik bila penelitian selanjutnya menggunakan perilaku konsumen sebagai output dari pembelajaran. Untuk melihat sejauh mana tingkat pemahaman mahasiswa terhadap materi pembelajaran yang dikaitkan langsung dengan kehidupan sehari-harinya. Khususnya pada materi tingkat kepuasan.
3. Sebaiknya penelitian menggunakan responden yang lebih banyak dan dari berbagai jurusan dan berbagai tingkatan usia sehingga dapat melihat perilaku konsumen dengan karakteristik yang berbeda-beda.
4. Penelitian ini hanya menggunakan kuisisioner dengan jawaban berdasarkan persepsi responden, sehingga jawaban tidak bisa dipastikan tingkat kejujurannya. Sebaiknya peneliti selanjutnya menggunakan wawancara dan kuisisioner agar data yang diperoleh lebih akurat.
5. Sebaiknya peneliti selanjutnya menggunakan faktor-faktor yang lebih banyak sehingga lebih banyak pilihan mana yang akan berkemungkinan menjadi faktor yang dominan berpengaruh.
6. Sebaiknya hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan agar dapat melakukan pergeseran perilaku konsumen dari yang tidak rasional yang disebut dengan perilaku konsumtif menjadi perilaku konsumen yang rasional yaitu yang tidak konsumtif dengan cara menanamkan sikap berhemat pada setiap individu.
7. Hasil penelitian ini sebaiknya juga dapat di gunakan sebagai acuan untuk membuat slogan, pamflet, dan workshop tentang perilaku konsumen yang baik.