

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bab ini merupakan bab terakhir yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan penulis terhadap hasil analisis temuan penelitian. Bab ini terdiri dari simpulan, implikasi dan rekomendasi yang diperoleh peneliti dari hasil temuan penelitian yang telah dilakukan.

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dalam pembahasan mengenai pengaruh selebgram terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Pendidikan Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil selebgram sebagai *celebrity endorsement* bagi mahasiswi Universitas Pendidikan Indonesia memiliki aspek *trustworthy* (kepercayaan), *attractiveness* (daya tarik) dan *expertise* (keahlian) berada dalam kategori sedang. Mahasiswi mengikuti akun selebgram karena mereka menyukai selebgram tersebut. Seorang selebgram memiliki jutaan followers dan disukai karena memiliki daya tarik dan keahlian diantaranya yaitu memiliki penampilan cantik dan menarik dengan gaya berpakaian kekinian juga sering mengunjungi tempat-tempat kekinian. Selebgram juga pandai berbicara, berdandan dan pandai membuat caption pada foto dan video di setiap postingannya, yang terkadang memberikan inspirasi kepada pengikutnya. Para mahasiswi lebih tertarik melihat selebgram secara penampilan fisik.
2. Perilaku konsumtif mahasiswi melalui instagram tergolong cukup sering. *Online shop* lebih mudah menjual produknya melalui instagram karena tanpa harus mendirikan atau menyewa tempat secara fisik dan membutuhkan modal lebih untuk tokonya. Melalui instagram mahasiswi menjadi lebih mudah mengakses apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan sehingga sulit dibedakan antara keinginan dan kebutuhan, membuat para mahasiswi lebih mudah untuk berbelanja secara *online* tanpa harus bepergian keluar rumah.

3. Terdapat pengaruh Selebgram terhadap perilaku konsumtif tetapi tidak terlalu signifikan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil dari penelitian ini akan memberikan implikasi untuk beberapa pihak sebagai berikut :

1. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi.

Penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu dan pengetahuan sosiologi yang baru mengenai adanya pengaruh selebgram terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Universitas pendidikan Indonesia, dengan adanya perubahan-perubahan sosial yang terjadi. Perubahan sosial merupakan salah satu kajian utama dalam ilmu sosiologi, yang bisa diterapkan dalam proses pembelajaran sosiologi dan menambah wawasan keilmuan mengenai perubahan sosial budaya di bidang sosiologi.

2. Bagi Mahasiswa

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada seluruh mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia bahwa selebgram dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif, sehingga mahasiswa tidak mudah tertarik ketika melihat produk-produk yang di promosikan selebgram. Disamping itu diharapkan para mahasiswa mampu mempertimbangkan dengan baik suatu barang dan jasa sebelum membelinya.

3. Bagi Orang Tua

Adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengawas serta kontrol bagi orangtua untuk bisa memperlakukan anak secara bijak dengan memberikan pengarahan-pengarahan kearah yang lebih positif, terutama dalam hal sosialisasi pembentukan perilaku membeli anaknya. Selain itu, orang tua diharapkan bisa menjadi sosok panutan yang baik bagi anaknya.

4. Bagi Pendidik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa membantu pendidik dalam menganalisis perilaku konsumsi para mahasiswanya, karena tugas seorang pendidik tidak hanya mengajar tetapi juga mengarahkan anak didiknya agar bisa terjun ke masyarakat dengan kesiapan untuk beradaptasi yang baik

serta membentuk kepribadian anak didik dengan nilai dan norma yang berlaku.

### 5.3 Rekomendasi

Setelah melakukan penelitian dan mendapatkan hasil data dari penelitian serta telah memberikan simpulan dan implikasi, peneliti akan memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa

Adanya penelitian ini mahasiswa diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh selebgram terhadap perilaku konsumtif mahasiswi serta lebih luas dalam kajiannya. Di tengah-tengah arus perkembangan teknologi saat ini yang rentan bagi mahasiswi.

2. Bagi orang tua

Dengan adanya penelitian ini diharapkan orang tua dapat memberikan kontrol dan pengawasan yang lebih kepada anak-anaknya ketika membelanjakan uang yang mereka miliki untuk berbelanja di *online shop*. Mengingat teknologi yang semakin berkembang serta mahasiswi yang masih labil dalam mengambil keputusan maka pengawasan orang tua masih sangat dibutuhkan.

3. Bagi pendidik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para pendidik mampu memberikan pemahaman pada mahasiswi mengenai bahayanya perilaku konsumtif yang dapat merugikan dirinya sendiri, dengan memberikan pengarahan mengenai pentingnya hidup hemat.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan untuk dapat mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh selebgram terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Untuk penelitian selanjutnya bisa memberikan kontribusi untuk mencegah perilaku konsumtif yang belum terungkap dalam penelitian ini.