

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa program S1 semester IV tahun ajaran 2010/2011 di Universitas Pendidikan Indonesia, secara umum dapat disimpulkan bahwa ditinjau dari kelas sosial ekonomi orang tuanya tidak terdapat perbedaan motif konsumen yang berarti (signifikan) antara kecenderungan dalam dorongan pembelian barang *fashion* yang melekat pada tubuh, seperti baju, tas, sepatu dan lain-lain, baik melalui pertimbangan kelogisan berpikir (motif kognitif) maupun melalui emosi/perasaan (motif afektif). Melalui perhitungan lebih lanjut jika dibandingkan antara masing-masing motif dari aspek motif kognitif dan afektif mahasiswa ditinjau dari kelas sosial ekonomi orang tuanya, terdapat satu motif yang memiliki perbedaan yang berarti (signifikan) dalam hal pertimbangan melalui dorongan kelogisan berpikir (motif kognitif) dan dua motif dalam hal pertimbangan melalui dorongan emosi/perasaan (motif afektif). Secara spesifik hasil penelitian yang diperoleh meliputi :

1. Mahasiswa pada umumnya memiliki kecenderungan yang sedang atau cukup dalam dorongan pembelian barang *fashion* yang melekat pada tubuh, seperti baju, tas, sepatu dan lain-lain. Berdasarkan aspek motif kognitif, kecenderungan dorongan yang lebih dominan pada mahasiswa adalah dorongan berdasarkan pertimbangan untuk menunjukkan dan mengembangkan sifat atau karakter (motif *autonomy*). Berdasarkan aspek

motif afektif, kecenderungan dorongan yang lebih dominan pada mahasiswa adalah dorongan berdasarkan pengalaman pribadi mengenai barang (motif *reinforcement*).

2. Berdasarkan hasil analisis pada mahasiswa kelas sosial ekonomi atas, menengah dan bawah, terdapat kesamaan kecenderungan dorongan yang lebih dominan dalam kelogisan berpikir (motif kognitif) pada prioritas pertama dan ke dua, yaitu pemilihan pertama lebih dominan berdasarkan pada pertimbangan kesesuaian antara barang dengan kepribadian (motif *autonomy*) dan pemilihan kedua lebih dominan berdasarkan pada pertimbangan kesesuaian antara barang dengan gambaran/*image* yang diharapkan (motif *matching*). Untuk prioritas ke tiga pada mahasiswa kelas sosial ekonomi atas, kecenderungan dorongan yang lebih dominan adalah berdasarkan pertimbangan kesesuaian antara harga, kualitas dan tempat pembelian (motif *consistency*). Pada mahasiswa kelas sosial ekonomi menengah, kecenderungan dorongan yang lebih dominan adalah dalam pertimbangan berdasarkan penilaian melalui penjajakan (motif *exploration*). Pada mahasiswa kelas sosial ekonomi bawah, kecenderungan dorongan yang lebih dominan adalah dalam pertimbangan pembelian berdasarkan manfaat terbesar yang diberikan barang (motif *utilitarian*).
3. Berdasarkan hasil analisis, mahasiswa kelas sosial ekonomi atas, menengah dan bawah memiliki kecenderungan dorongan dalam emosi atau perasaan (motif afektif) yang lebih dominan dalam hal yang sama pada pertimbangan prioritas pertama, ke dua dan ke tiga, yaitu prioritas pertimbangan pertama

berdasarkan pengalaman positif maupun negatif mengenai barang (motif *reinforcement*), prioritas pertimbangan ke dua berdasarkan keinginan untuk mengekspresikan diri (motif *self expression*) dan prioritas pertimbangan ke tiga berdasarkan tuntutan yang diberikan oleh lingkungan (motif *assertion*).

4. Pada aspek motif kognitif, terdapat satu motif kognitif yang memiliki perbedaan signifikan, yaitu dalam motif *consistency*. Pada motif *consistency* ini, mahasiswa kelas sosial ekonomi atas lebih dominan daripada kelas sosial ekonomi menengah dan bawah. Motif ini menjelaskan mengenai dorongan pertimbangan pembelian barang *fashion* oleh mahasiswa berdasarkan kesesuaian antara harga, kualitas dan tempat pembelian. Mahasiswa kelas sosial ekonomi atas cenderung memiliki pertimbangan yang lebih dalam membeli barang *fashion* berdasarkan kesesuaian antara harga, kualitas dan tempat, daripada mahasiswa kelas sosial ekonomi menengah dan bawah.
5. Pada aspek motif afektif, terdapat dua motif afektif yang memiliki perbedaan signifikan, yaitu dalam motif *affiliation* dan *identification*. Mahasiswa kelas sosial ekonomi bawah lebih dominan daripada mahasiswa kelas sosial ekonomi menengah dan atas. Motif *affiliation* dan *identification* ini menjelaskan mengenai dorongan pembelian barang *fashion* oleh mahasiswa berdasarkan pertimbangan keinginan untuk menunjukkan identitas keanggotaan dalam suatu kelompok dan keinginan untuk menyatu dengan suatu kelompok.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian perbedaan motif konsumen mahasiswa dalam pembelian barang *fashion* ditinjau dari kelas sosial ekonomi orang tua (studi pada mahasiswa program S1 semester IV di Universitas Pendidikan Indonesia tahun ajaran 2010/2011), maka rekomendasi yang dapat diberikan peneliti meliputi :

1. Bagi produsen *fashion*, dengan target pasar :

a. Konsumen kelas sosial ekonomi atas

Diharapkan, dalam memproduksi barang *fashion* dengan target pasar konsumen remaja akhir kelas sosial ekonomi atas lebih memperhatikan kesesuaian antara harga barang dengan kualitas dan tempat penjualannya, misalnya seperti menjual barang *fashion* berharga mahal dengan jaminan kualitas barang dan tempat pelayanan yang memadai.

b. Konsumen kelas sosial ekonomi menengah

Diharapkan, dalam memproduksi barang *fashion* dengan target pasar konsumen remaja akhir kelas sosial ekonomi menengah lebih memperhatikan kemudahan akses bagi para konsumen untuk mengetahui karakteristik barang *fashion* yang dijual, misalnya seperti menjual barang *fashion* dengan menyediakan katalognya, menjual barang *fashion* melalui *online shop* atau menjual barang *fashion* dengan memajang sampel barangnya, sehingga dengan demikian konsumen dapat bebas memilih dan menilai barang *fashion* yang akan dibeli.

c. Konsumen kelas sosial ekonomi bawah

Diharapkan, dalam memproduksi barang *fashion* dengan target pasar konsumen remaja akhir kelas sosial ekonomi bawah lebih memperhatikan produksi barang *fashion* berdasarkan kebermanfaatannya (barang *fashion* yang multi fungsi), misalnya seperti menjual sepatu yang dapat digunakan pada situasi formal maupun santai dengan harga terjangkau atau menjual barang *fashion* berdasarkan sistem permintaan/pemesanan dari konsumen.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini, memiliki keterbatasan dalam hal penggunaan sampel, rentang pengkategorisasian kelas sosial ekonomi dan metode penelitiannya. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama, yaitu penelitian mengenai motif konsumen dalam pembelian barang *fashion* ditinjau dari latar belakang kelas sosial ekonominya, diharapkan dalam :

a. Penggunaan sampel

Menggunakan sampel yang lebih besar dan bervariasi, agar hasil penelitian dapat diberlakukan secara luas.

b. Penggunaan rentang pengkategorisasian kelas sosial ekonominya

Menggunakan rentang pengkategorisasian penghasilan kelas sosial ekonomi yang lebih besar dan berlaku untuk umum antara kelas sosial ekonomi atas, menengah dan bawah, agar perbedaan motif konsumen pada masing-masing kelas sosial ekonominya dapat terlihat dengan jelas.

c. Metode penelitian

Untuk memperkaya penelitian dan memperoleh data yang lebih mendalam mengenai perbedaan motif konsumen dalam pembelian barang *fashion* ditinjau dari latar belakang kelas sosial ekonomi, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian pelengkap dari pendekatan kuantitatif yang dilakukan atau menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian utama.

