

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif pada pria metroseksual dan faktor yang mempengaruhinya. Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan tentang perilaku konsumtif pada dua pria metroseksual di kota Bandung maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan gambaran perilaku konsumtif dua subjek penelitian pria metroseksual. Keduanya memiliki karakteristiknya masing-masing. Kedua subjek penelitian selalu sering menghadiri diri acara-acara *sale* yang diadakan oleh pusat-pusat perbelanjaan terkemuka di Bandung. Keduanya merasa sulit untuk menolak diskon dan penawaran hadiah seperti *buy 1 get 1 free*. Mereka juga mempertimbangkan desain kemasan dari suatu produk dan tak jarang memutuskan membeli karena tertarik terhadap kemasan. Subjek pertama mudah tertarik pada kemasan produk jam tangan atau kacamata dan subjek kedua pada produk-produk makanan. Sebagai pria metroseksual penampilan merupakan hal yang sangat dijaga oleh kedua subjek. Mereka seringkali membeli berbelanja produk-produk yang dapat mendukung penampilannya. Mereka membeli produk-produk yang dapat membuat mereka tampil menarik di depan orang-orang disekitarnya. Kedua subjek penelitian juga sangat sulit menolak diskon-diskon yang ditawarkan oleh toko-toko. Saat ada diskon mereka cenderung membeli tanpa

Agung Muhammad Reza, 2012

Perilaku Konsumtif Pada Pria Metroseksual

: Studi Fenomenologi terhadap Dua Orang Pria Metroseksual di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan saat itu. Subjek pertama menggunakan beberapa kartu kredit dalam berbelanja. Subjek pertama sering membeli produk-produk yang dapat membuatnya terlihat *exclusive* yaitu produk-produk dengan merek-merek terkenal. Dalam berpenampilan kedua subjek penelitian mempunyai panutannya masing-masing. Subjek pertama pada artis-artis Korea dan subjek kedua pada artis-artis Hollywood. Mereka sering mengikuti cara berpakaian artis-artis tersebut hingga dengan sengaja membeli produk yang serupa dengan yang dipakai oleh artis-artis itu. Masing-masing subjek memiliki karakteristik tersendiri dalam perilaku konsumtif dimana subjek pertama banyak berbelanja produk-produk fashion yang dapat membuatnya tampil unik dan pada subjek kedua banyak mengeluarkan uang untuk makanan-makanan yang dapat membuat tubuhnya proporsional.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada kedua subjek penelitian didominasi oleh faktor sosial dan faktor psikologis. Masing-masing subjek memiliki karakteristik tersendiri yang mempengaruhi mereka dalam berperilaku konsumtif. Pada subjek pertama ia memiliki keinginan untuk tampil berbeda dari yang lain sehingga semua orang dapat tertuju pada dirinya. Hal tersebut mendorong subjek pertama banyak membeli beragam produk *fashion*. Pada subjek kedua ia memiliki keinginan untuk diterima oleh lingkungan lewat penampilan menurutnya dengan penampilan ia bisa mendapatkan banyak teman. Hal tersebut mendorongnya untuk melakukan perubahan besar dalam berpenampilan

dengan cara mengonsumsi beragam produk baik barang maupun jasa yang dapat mengubah penampilannya.

5.2 Saran

1. Bagi subjek penelitian,

- Dengan adanya penelitian ini diharapkan kedua subjek dapat lebih efektif dan efisien dalam mengatur pengeluaran sehari-hari.
- Diharapkan dapat memikirkan nilai manfaat dari suatu produk sebelum melakukan pembelian sehingga tidak mengikuti keinginan sesaat.

2. Bagi penelitian selanjutnya,

- Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti aspek-aspek lain dari pria metroseksual seperti gaya hidup, pandangan terhadap gender, dan *self esteem*.
- Peneliti selanjutnya diharapkan memilih subjek-subjek yang memiliki jadwal yang fleksibel sehingga memudahkan pengambilan data.