

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil mengenai pengaruh literasi ekonomi dan *self-control* terhadap perilaku konsumen mahasiswa, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen pada mahasiswa aktif Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Bumi Siliwangi Tahun 2022 berada pada kategori sedang. Tingkat literasi ekonomi berada pada kategori sedang, artinya mahasiswa sudah cukup baik dalam memahami konsep-konsep ekonomi dari segi mikro dan makro. Tingkat *self-control* berada pada kategori sedang, artinya mahasiswa pada umumnya cukup yakin dengan keputusan yang diambil, terkadang membuat perencanaan terlebih dahulu untuk mengontrol pembelian, mengontrol diri untuk tidak berbelanja saat ada potongan harga dengan cukup baik, terkadang mengikuti anggaran bulanan untuk menghemat pengeluaran, terkadang menyisihkan sebagian uang untuk pengeluaran yang tidak terduga.
2. Literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa. Artinya, tinggi rendahnya atau rasional tidaknya perilaku konsumen mahasiswa tidak dapat dilihat dari tingkat literasi ekonomi saja. Terdapat beberapa faktor lainnya yang dapat memengaruhi perilaku konsumen.
3. *Self-control* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat *self-control* yang dimiliki oleh mahasiswa maka akan semakin tinggi dan menuju ke arah yang rasional tingkat perilaku konsumen pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Bumi Siliwangi.

#### **1.2 Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki implikasi dalam upaya meningkatkan dan mengarahkan perilaku konsumen yang rasional sebagai berikut.

### 1. Implikasi teoritis

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori preferensi terungkap (*revealed preference theory*) yang menyatakan bahwa “konsumen memiliki pengetahuan yang sempurna”. *Self-control* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa, sehingga hal tersebut sesuai dengan *rational choice theory* yang menyatakan bahwa “seorang konsumen akan mengalokasikan uangnya secara tepat atas setiap keputusan ekonominya, tidak melakukan pembelian secara emosional dan hanya mengikuti hawa nafsu”.

### 2. Implikasi praktis

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi ekonomi tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa. Kontribusi literasi ekonomi membawa implikasi bahwa banyak upaya untuk meningkatkan perilaku konsumen yang rasional, tetapi sebagai konsumen juga tetap perlu untuk meningkatkan pemahaman mengenai konsep-konsep dasar ekonomi. Kontribusi *self-control* membawa implikasi bahwa upaya untuk meningkatkan perilaku konsumen yang rasional adalah dengan meningkatkan kemampuan untuk mengontrol perilaku, mengontrol stimulus, mengantisipasi dan menafsirkan suatu peristiwa atau kejadian, dan kemampuan mengambil keputusan.

## 1.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka beberapa rekomendasi sebagai bahan pertimbangan dan perbaikan kekurangan-kekurangan yang masih harus disempurnakan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi mahasiswa

Dalam meningkatkan perilaku konsumen, mahasiswa diharapkan lebih mampu untuk menerapkan literasi ekonomi sebagai konsumen agar dapat berpikir secara lebih rasional dan hati-hati dalam melakukan kegiatan ekonomi. Pada dasarnya makna literasi ekonomi merupakan kemampuan dan merupakan bagian dari pembelajaran atau proses belajar sehingga perlu dilakukan secara

berkesinambungan melalui pembiasaan dengan menerapkan pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep-konsep dasar atau cara berpikir ekonomi. Melalui pemahamannya tersebut, mahasiswa diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya sesuai skala prioritas dengan mengalokasikan uang yang dimiliki untuk kebutuhan primer terlebih dahulu daripada kebutuhan yang lainnya, serta dapat mempertimbangkan mana hal-hal yang merupakan kebutuhan dan keinginan sebelum mengambil keputusan pembelian. Mahasiswa juga diharapkan dapat mengendalikan atau mengontrol diri dari perilaku konsumen yang irasional dengan menahan hasrat untuk melakukan kegiatan pembelian di luar perencanaan, membeli barang di luar kemampuan, dan membeli barang yang tidak memiliki kegunaan dalam jangka panjang. Mahasiswa dapat mulai untuk belajar mengelola uang yang dimiliki untuk hal-hal yang lebih bermanfaat dan dapat memenuhi kebutuhan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, untuk memerhatikan hal-hal berikut:
  - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran atau acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai perilaku konsumen dengan menggunakan variabel literasi ekonomi dan *self-control*.
  - b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang memengaruhi perilaku konsumen pada mahasiswa variabel literasi ekonomi dan *self-control*. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel kontrol seperti usia, jenis kelamin, asal daerah, anggaran penerimaan untuk melihat pengaruhnya terhadap perilaku konsumen sehingga dapat memberikan temuan baru yang relevan dan menyempurnakan penelitian ini guna menambah pengetahuan mengenai perilaku konsumen pada mahasiswa.
  - c. Peneliti selanjutnya dapat membahas jenis-jenis kebutuhan yang diperlukan oleh mahasiswa dengan melakukan survei, kemudian menambahkan opsi domisili untuk menjelaskan anggaran penerimaan dan alokasi pengeluaran mahasiswa.
  - d. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat membahas indikator-indikator lain selain indikator variabel literasi ekonomi dan *self-control* yang tidak peneliti masukkan ke dalam penelitian ini.