

## **BAB V**

### **SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

#### **A. Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil analisis yang telah dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 98 responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), dengan data yang telah dianalisis, dan dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama ( $H_{a1}$ ) menunjukkan bahwa Iklan Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua ( $H_{a2}$ ) menunjukkan bahwa Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga ( $H_{a3}$ ) menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku

Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Hasil pengujian hipotesis keempat ( $H_{a4}$ ) menunjukkan bahwa Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,406 yang menunjukkan bahwa 40,6 % variabel Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel Iklan online, Konformitas, dan Gaya Hidup, sedangkan 59,4% variabel Perilaku Konsumtif dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini, seperti : pekerjaan, situasi ekonomi, keluarga, kelas sosial, kebudayaan, dll.

## **B. Saran**

Dari kesimpulan diatas, maka terdapat sejumlah saran yang dapat menjadi pertimbangan. Beberapa saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Merencanakan pembelian produk/layanan jasa setelah memiliki informasi yang cukup dan pembelian produk tersebut pada saat

benar-benar membutuhkannya, bukan sekedar memenuhi keinginan semata.

2. Saat ada ajakan untuk membeli suatu produk/layanan jasa dari teman-teman/komunitas, biasakan diri untuk bertanya terlebih dahulu dan mencari informasi benefit dari produk/layanan jasa yang akan dibeli.
3. Membeli suatu produk/layanan jasa apabila disertai dengan potongan diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu lebih baik, dan tentunya sesuai dengan kebutuhan.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Beberapa keterbatasan yang dialami tersebut diantaranya adalah :

1. Populasi yang digunakan dalam penelitian hanya menggunakan data responden yang berasal dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).
2. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tambahan tentang perilaku konsumtif yang lebih dapat menjelaskan tentang perilaku konsumtif pada individu.