

BAB V

Penutup

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti ditujukan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab 1 maka jawaban atas masalah dan juga simpulan dari penelitian tentang “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Terpaan Iklan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Negeri (Non Politeknik) Seluruh Jabodetabek Angkatan 2018”, antara lain:

1. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi literasi ekonomi mahasiswa fakultas ekonomi PTN jabodetabek Angkatan 2018 menyebabkan level perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin menurun.
2. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa terpaan iklan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi terpaan iklan pada mahasiswa fakultas ekonomi PTN jabodetabek Angkatan 2018 menyebabkan level perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin meningkat.
3. Didapati hasil R^2 adalah 0,517 atau sama dengan 51,7%. Hal ini menandakan kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel perilaku konsumtif adalah sebesar 51,7% .

5.2 Implikasi

Mengingat efek samping dari tinjauan, implikasi teoritis dan praktis dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis
 - a. Literasi ekonomi dapat mengubah pola konsumsi individu menjadi lebih bijak terutama dalam hal mengelola keuangan.

Mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi yang baik akan berperilaku lebih rasional berdasarkan prinsip ekonomi.

b. Ketika seorang mahasiswa menjumpai iklan akan timbul ketertarikan dengan iklan yang berujung mencari informasi mengenai iklan tersebut dan membeli produknya. Terkadang konsumsi yang dilakukan merupakan pembelian impulsif atau pola konsumsi yang didasari oleh keinginan bukan kebutuhan yang menyebabkan adanya pola perilaku konsumtif pada mahasiswa.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi para mahasiswa maupun masyarakat pada umumnya. Membenahi diri dalam pola konsumsi agar tidak terjatuh dalam pola konsumsi yang konsumtif dengan meningkatkan literasi ekonomi serta lebih bijak dalam mengatur diri ketika menemukan atau berinteraksi dengan iklan agar tidak mudah terjerumus ke dalam pola perilaku yang konsumtif.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel pada wilayah Jabodetabek yang merupakan pusat pemerintahan dan pusat bisnis yang mana perilaku mahasiswa dapat berbeda dengan wilayah lainnya. Penelitian ini belum membuktikan apakah hasil yang sama dapat dihasilkan bila terdapat sampel responden yang berasal dari luar Jabodetabek. Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan responden yang lebih variatif dalam segi geografis.

Dalam konsentrasi ini hanya menganalisis dua elemen, yaitu pendidikan keuangan dan keterbukaan untuk berpromosi, sehingga dalam konsentrasi ini hanya dapat memberikan data tentang seberapa besar dampak kedua variabel tersebut terhadap cara berperilaku destruktif siswa.

Sedangkan dampak dari berbagai elemen yang tidak dianalisis dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara mendalam.

Penelitian ini belum mempertimbangkan adanya kemungkinan social factor juga dapat mempengaruhi habit. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkritisi Theory model EBM dimana diduga faktor budaya dalam faktor eksternal dapat mempengaruhi terbentuknya kebiasaan dalam konsumsi.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Analisis masa depan seharusnya juga menyelidiki hipotesis dan elemen lain yang dapat memengaruhi cara berperilaku yang merusak, seperti variabel sosial, variabel sosial, dan elemen mental. Karena penelitian tentang Perilaku Konsumtif masih sangat kurang, terutama pada faktor-faktor di atas. Demikian juga, para ilmuwan selanjutnya diharapkan untuk langsung mengikuti cara paling umum untuk menyampaikan skala karena dalam penelitian ini skala disebarluaskan menggunakan google form. Peneliti lebih lanjut juga diharapkan untuk memimpin penelitian tentang perilaku konsumtif pada daerah lainnya.