

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Marketing Effect* dan Modernitas Individu terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 dan 2018 Universitas Jambi, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh antar *marketing effect* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2017 dan 2018 Universitas Jambi diperoleh nilai $t_{hitung} 3,936 > t_{tabel} 1,65993$. Artinya, apabila *marketing effect* mahasiswa tinggi maka akan mengakibatkan perilaku konsumtif yang juga tinggi.
2. Terdapat pengaruh antar modernitas individu terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2017 dan 2018 Universitas Jambi diperoleh nilai $t_{hitung} 6,743 > t_{tabel} 1,65993$. Artinya, perkembangan zaman dan hidup sesuai tren masa kini memberikan pengaruh pada mahasiswa dalam melakukan perilaku konsumtif.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *marketing effect* dan modernitas individu terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2017 dan 2018 Universitas Jambi diperoleh $F_{hitung} 36,819 > F_{tabel} 3,09$. Artinya, tinggi rendahnya perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh *marketing effect* dan modernitas individu.

5.2 Saran

1. Bagi Mahasiswa Universitas Jambi

- a. Disarankan kepada mahasiswa Universitas Jambi khususnya Pendidikan Ekonomi agar lebih bijak menikmati *marketing effect* atau pemasaran digitalisasi masa kini. Jika mahasiswa aktif dalam bersosial media dan menikmati mengkonsumsi barang dan jasa dengan sekali klik melalui ponsel mereka maka akan menimbulkan *marketing effect* yang berlebihan sehingga konsumtifnya dalam mengkonsumsi barang dan jasa jadi tidak terkontrol.
- b. Disarankan kepada mahasiswa Universitas Jambi khususnya Pendidikan Ekonomi untuk tidak terlalu berpengaruh pada perkembangan zaman dimana mahasiswa hidup sesuai trend. Mahasiswa yang mudah terpengaruh dengan hidup yang modern akan mengakibatkan perilaku konsumtif menjadi tidak terkontrol karena mengikuti arus perubahan sosial hidup sesuai trend masa kini dimana mereka memenuhi konsumtif sesuai dengan keinginan bukan kebutuhan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan meneliti mengenai variabel Perilaku Konsumtif yang sama atau serupa diharapkan untuk meneliti dengan variabel bebas yang berbeda guna mengetahui faktor lain yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif dan tujuan untuk mengembangkan ilmu guna menambah pengetahuan/literatur yang baru.