

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap gaya hidup sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $-0,352$. Hal ini mempunyai makna bahwa jika literasi ekonomi baik, maka akan mengakibatkan gaya hidup mahasiswa juga baik.
2. *Influencer* social media memiliki pengaruh langsung terhadap gaya hidup Sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $0,338$. Hal ini mempunyai makna jika tingginya pengaruh *influencer* social media, maka akan mengakibatkan peningkatan gaya hidup mahasiswa.
3. Literasi ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap sebagian perilaku konsumtif sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $-0,342$. Hal ini mempunyai makna bahwa jika literasi ekonomi baik, maka akan mengakibatkan penurunan pada perilaku konsumtif pada mahasiswa.
4. *Influencer* social media memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $0,352$. Hal ini berarti apabila tingginya pengaruh *influencer* social media, maka akan mengakibatkan peningkatan pada perilaku konsumtif pada mahasiswa.
5. Gaya hidup memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $0,340$. Hal ini berarti apabila gaya hidup mahasiswa tinggi, maka akan mengakibatkan peningkatan pada perilaku konsumtif pada mahasiswa.

6. Terdapat pengaruh tidak langsung literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi dengan nilai pengaruh langsung literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif sebesar -0,342 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar -0,120. Maka pengaruh totalnya sebesar -0,462. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan jika mahasiswa memiliki literasi ekonomi yang rendah disertai dengan adanya gaya hidup yang tinggi maka akan meningkatkan perilaku konsumtif.
7. Terdapat pengaruh tidak langsung *influencer* social media terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi dengan nilai pengaruh langsung *influencer* social media terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,352 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,115. Maka pengaruh totalnya sebesar 0,467. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan jika pengaruh *influencer* social media tinggi disertai dengan adanya gaya hidup yang tinggi maka akan meningkatkan perilaku konsumtif.

5.2 Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah didapat, maka peneliti mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Teruntuk mahasiswa diharapkan agar dapat mengambil sisi positif dari hal-hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Peneliti juga menyarankan kepada mahasiswa untuk mengurangi kegiatan yang dapat menyebabkan peningkatan pada perilaku konsumtif. Dan dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya seperti meningkatkan literasi ekonomi

dan mengurangi waktu penggunaan social media agar tidak terjadi perilaku konsumtif dalam berbagai kegiatan konsumsi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya yang akan meneliti perilaku konsumtif harapannya dapat meneliti responden yang lebih luas sehingga mampu mengetahui secara kompleks faktor-faktor apa saja yang dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

8. Literasi ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap gaya hidup sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $-0,352$. Hal ini mempunyai makna bahwa jika literasi ekonomi baik, maka akan mengakibatkan gaya hidup mahasiswa juga baik.
9. *Influencer* social media memiliki pengaruh langsung terhadap gaya hidup Sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $0,338$. Hal ini mempunyai makna jika tingginya pengaruh *influencer* social media, maka akan mengakibatkan peningkatan gaya hidup mahasiswa.
10. Literasi ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap sebagian perilaku konsumtif sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $-0,342$. Hal ini mempunyai makna bahwa jika literasi ekonomi baik, maka akan mengakibatkan penurunan pada perilaku konsumtif pada mahasiswa.
11. *Influencer* social media memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $0,352$. Hal ini berarti apabila tingginya pengaruh *influencer* social media, maka akan mengakibatkan peningkatan pada perilaku konsumtif pada mahasiswa.
12. Gaya hidup memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar $0,340$. Hal ini berarti apabila gaya hidup mahasiswa tinggi, maka akan mengakibatkan peningkatan pada perilaku konsumtif pada mahasiswa.

13. Terdapat pengaruh tidak langsung literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi dengan nilai pengaruh langsung literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif sebesar -0,342 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar -0,120. Maka pengaruh totalnya sebesar -0,462. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan jika mahasiswa memiliki literasi ekonomi yang rendah disertai dengan adanya gaya hidup yang tinggi maka akan meningkatkan perilaku konsumtif.
14. Terdapat pengaruh tidak langsung *influencer* social media terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebagian mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi dengan nilai pengaruh langsung *influencer* social media terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,352 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,115. Maka pengaruh totalnya sebesar 0,467. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan jika pengaruh *influencer* social media tinggi disertai dengan adanya gaya hidup yang tinggi maka akan meningkatkan perilaku konsumtif.

5.2 Saran

Sehubung dengan hasil penelitian yang telah didapat, maka peneliti mengemukakan saran sebagai berikut:

3. Bagi Mahasiswa

Teruntuk mahasiswa diharapkan agar dapat mengambil sisi positif dari hal-hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Peneliti juga menyarankan kepada mahasiswa untuk mengurangi kegiatan yang dapat menyebabkan peningkatan pada perilaku konsumtif. Dan dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya seperti meningkatkan literasi ekonomi

dan mengurangi waktu penggunaan social media agar tidak terjadi perilaku konsumtif dalam berbagai kegiatan konsumsi.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya yang akan meneliti perilaku konsumtif harapannya dapat meneliti responden yang lebih luas sehingga mampu mengetahui secara kompleks faktor-faktor apa saja yang dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.