

mendapatkan hadiah gratis tersebut, misalnya harus mengajak teman-teman di instagram untuk menyukai foto produk yang di tawarkan oleh *selebgram endorsement* atau penjual online.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Terdapat pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi diperoleh nilai $t_{hitung} (6,330) > t_{tabel} (1,654)$. Hal ini berarti bahwa ketika semakin meningkatnya *lifestyle* siswa maka akan meningkatkan pengaruh terhadap perilaku konsumtifnya. Hal ini berarti apabila semakin tinggi *lifestyle*, maka perilaku konsumtif juga akan semakin tinggi dan begitupun sebaliknya.
2. Terdapat pengaruh testimoni selebgram *endorsement* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi diperoleh nilai $t_{hitung} (4,734) > t_{tabel} (1,654)$. Hal ini berarti testimoni selebgram *endorsement* pada siswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtifnya.
3. Terdapat pengaruh *lifestyle* dan testimoni selebgram *endorsement* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi diperoleh nilai $F_{hitung} (36,631) > F_{tabel} (3,05)$. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama *lifestyle* dan testimoni selebgram *endorsement* memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

5.2 Impikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang disimpulkan diatas menunjukan bahwa terdapat *lifestyle* dan testimoni selebgram *endorsement* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi. Maka implikasi yang dapat peneliti jabarkan sebagai berikut:

1. Implikasi Teoretis

Masalah pokok yang dalam penelitian ini adalah membahas pengaruh *lifestyle* dan testimoni selebgram *endorsement* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi. Berdasarkan hasil penelitian ternyata *lifestyle* berpengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, selain itu testimoni selebgram *endorsement* tidak berpengaruh signifikan terhadap tinggi rendahnya perilaku konsumtif pada siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian membuktikan bahwa kedua variabel yaitu *lifestyle* dan testimoni selebgram *endorsement* secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XII SMAN 11 Kota Jambi.

5.3 Saran

1. Bagi siswa diharapkan untuk lebih bisa mengontrol perilaku konsumtif, tidak membeli/menggunakan barang yang tidak diperlukan hanya karena gengsi, serta belajar untuk mengatur keuangan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan agar mencari berbagai variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif sehingga dapat mengembangkan ilmu pengetahuan.
3. Penelitian ini menggunakan teknik random sampling untuk mengambil sampel, oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan menggunakan teknik proporsional random sampling.