BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU angkatan 2018. Iklan mampu menarik perhatian yang selanjutnya membuat minat dan keinginan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU angkatan 2018. Mahasiswa cenderung *conform* (konform) untuk menilai, meyakini atau bertindak sesuai dengan penilaian, keyakinan atau tindakan kelompok teman sebayanya khususnya dalam berperilaku konsumtif.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU angkatan 2018. Dengan gaya hidup yang mewah maka kebutuhan mahasiswa akan barang dan jasa pun menjadi mewah.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) semakin meningkatnya iklan, konformitas dan gaya hidup semakin meningkat pula perilaku konsumtif maksudnya menunjukkan bahwa iklan, konformitas dan gaya hidup sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU angkatan 2018.
5. Ditinjau berdasarkan etika ekonomi Islam perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UINSU ternyata tidak sesuai dengan teori etika ekonomi Islam khususnya etika konsumsi Islam karena masih terdapat sebagian mahasiswa yang suka

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

menghamburhamburkan uang dengan berbelanja tidak sesuai kebutuhan atau lebih mengutamakan keinginan.

B. Saran

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

1. Untuk Mahasiswa
   a. Merencanakan pembelian produk/layanan jasa setelah memiliki informasi yang cukup dan pembelian produk tersebut pada saat benarbenar membutuhkannya, bukan sekedar tergiur oleh iklan-iklan yang ada.
   b. Saat ada ajakan untuk membeli suatu produk/layanan jasa dari temanteman/komunitas, biasakan diri untuk bertanya terlebih dahulu dan mencari informasi keuntungan dari produk/layanan jasa yang akan dibeli.
   c. Membeli suatu produk/layanan jasa apabila disertai dengan potongan diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu lebih baik tetapi harus sesuai kebutuhan.
2. Untuk Penelitian Selanjutnya

   Untuk peneliti selanjutnya agar bisa lebih dalam dan luas lagi mengenai permasalahan perilaku konsumtif ini. Tambahkan variabel yang sejalan dan bisa memperkuat lagi pembahasan yang ada dengan berbagai aspek-aspek di dalamnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN