

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar $2,842 >$ dari t tabel sebesar $1,993$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,003 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar $2,318 >$ dari t tabel sebesar $1,993$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,042 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.
3. Penggunaan Media Sosial dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yang dihasilkan F_{hitung} sebesar $3,450 > F_{tabel}$ sebesar $3,12$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,006 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Disarankan kepada pihak universitas khususnya dosen-dosen untuk mengambil peran aktif dalam memberikan motivasi kepada mahasiswa. Motivasi ini tidak hanya sebatas menginspirasi mereka untuk meraih prestasi akademik yang tinggi, tetapi juga untuk mengembangkan aspek penting lainnya, seperti kebijaksanaan dalam bertindak dan responsif dalam menyikapi perubahan zaman terutama perkembangan media sosial dan gaya hidup yang semakin modern.

2. Bagi Peneliti dan Mahasiswa Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara

Seiring pesatnya kemajuan media sosial dan perubahan gaya hidup masa kini, menjadi suatu harapan bahwa mahasiswa Ekonomi Islam khususnya yang berasal dari angkatan tahun 2022 mampu mengambil langkah bijak dengan membatasi diri dalam menggunakan media sosial. Selain itu, di tengah tren gaya hidup yang sedang populer, diharapkan mahasiswa dapat tetap mengikuti perkembangan tersebut dengan penuh kritis dan memilih hal-hal yang sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip Ekonomi Islam. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya akan menjadi konsumen sadar dalam era digital, tetapi juga agen perubahan yang berkontribusi positif terhadap masyarakat dan ekonomi yang berlandaskan pada prinsip agama dan etika.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya untuk melakukan penelitian. Peneliti juga merekomendasikan penggunaan variabel tambahan guna mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mungkin memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif. Meskipun penelitian ini telah mempertimbangkan variabel media sosial dan gaya hidup sebagai elemen penting, terdapat kemungkinan bahwa faktor-faktor lain yang belum teridentifikasi juga dapat memiliki dampak yang signifikan.