

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah penulis laksanakan mengenai perilaku konsumerisme pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2017-2022, penulis menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan memiliki hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi, selayaknya yang terjadi pada masyarakat pada umumnya. Kendatipun memiliki hasrat untuk berkonsumsi yang relatif tinggi, para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan tetap dapat mempertahankan indeks prestasi mereka di kampus dan tidak sedikit dari mereka mengharumkan nama kampus dengan memenangkan perlombaan tingkat provinsi nasional dan tingkat internasional.
2. Faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan berasal dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, terdiri atas; motivasi dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas; Iklan dan model identifikasi diri. Sedangkan indikator perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan yaitu membeli barang karena mengejar hadiah, membeli barang karena kemasan yang menarik, membeli barang untuk menjaga penampilan diri dari gengsi, membeli barang atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat maupun kegunaan), membeli barang untuk menjaga simbol status, menggunakan barang karena unsur konformitas terhadap model yang mempromosikannya, serta munculnya penilaian bahwa ketika membeli barang yang mahal maka akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

3. Perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU Medan dapat di klasifikasikan dalam kelompok '*high mass consumptions*' karena membeli suatu barang dengan indikator 'gengsi' dan 'tren'.

#### **B. Saran**

Melalui penelitian ini, penulis memiliki saran bahwa untuk menanggulangi budaya konsumerisme, maka diperlukan pemahaman konsep konsumsi dalam etika Islam, di antaranya yaitu prinsip keadilan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas. Dengan demikian, upaya meminimalisasi perilaku konsumtif yang mengarah kepada budaya konsumerisme dapat dicegah secara perlahan dan jelas.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN