

BAB 5

PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

5.1. Pembahasan Hasil

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat korelasi yang kuat antara gaya hidup hedonis dan citra merek terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dari perhitungan uji korelasi ganda menunjukkan hasil r hitung sebesar 0,609 yang termasuk pada kategori kuat. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Safrinnisa (2017) yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis dan citra merek berkorelasi dengan perilaku konsumtif. Selain itu teori yang diungkapkan oleh Engel, Blackwell & Miniard (dalam Patricia & Handayani, 2014) menyatakan bahwa salah satu pengaruh individu dengan kecenderungan perilaku konsumtif adalah gaya hidup hedonis.

Korelasi antara variabel gaya hidup hedonis (X_1) dengan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai sebesar 0.386 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai korelasi antara citra merek (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) yaitu 0,573. Hal ini berarti perilaku konsumtif siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang lebih dipengaruhi oleh citra merek suatu barang yang berkaitan dengan manfaat produk, atribut dari produk bahkan hasil penilaian terhadap sesuatu yang akan dibeli secara keseluruhan dibandingkan dengan membeli produk semata-mata hanya untuk kenikmatan dan kebahagiaan (Prastika, 2018).

Hasil penelitian lain yang diperoleh adalah tingkat gaya hidup hedonis siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang. Berdasarkan hasil perhitungan statistik siswa-siswi yang masuk kedalam kategori tinggi sebanyak 1,8% atau 3

orang, kategori sedang sebanyak 66% atau 108 orang, kategori rendah sebanyak 31,9% atau 52 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pada 163 responden, kategori dengan jumlah persentase paling banyak adalah kategori sedang. Hal ini berarti responden dalam menghamburkan banyak uang dengan cara senang bermain diluar rumah, berkumpul bersama teman di *mall* dan tempat hiburan lainnya yang sedang *trend* (Wibawanto, 2016) masih dalam tahap yang normal dan wajar.

Pada skala citra merek, siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang dengan keterlibatan citra merek mendominasi kategori sedang sebanyak 76,7% atau 125 orang. Keterlibatan citra merek tinggi sebanyak 23,3% atau 38 orang. Menurut Kotler & Keller (dalam Gifani & Syahputra, 2017) menyatakan bahwa citra merek adalah suatu cara masyarakat menilai suatu merek secara aktual. Hal ini menunjukkan 76,7% atau 125 siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang melibatkan citra merek dalam membeli atau memilih suatu merek yang akan digunakan berdasarkan atribut, manfaat, dan evaluasi keseluruhan menurut Shimp (dalam Bastian, 2014)

Pada skala perilaku konsumtif, dari 163 siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang didapatkan hasil kategori yang sama antara kategori sedang sebanyak 49,7% dengan atau 81 orang, dan kategori rendah sebanyak 49,7% atau 81 orang, pada kategori dengan perilaku konsumtif tinggi sebanyak 0,6% atau 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa 81 orang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang sedang dan 81 orang tidak memiliki perilaku yang konsumtif. Hal ini sesuai dengan hasil perhitungan pada aspek-aspek variabel lain, yang menunjukkan bahwa responden mengeluarkan uang lebih cenderung

untuk membeli atau menggunakan atas dasar nilai dari produk yang ditawarkan bukan untuk kesenangan ataupun tuntutan sosial.

Temuan lain pada penelitian ini adalah responden laki-laki yang berjumlah 61 orang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif sebanyak 48,59%, sedangkan pada responden perempuan dengan jumlah responden 102 kecenderungan perilaku konsumtif sebanyak 46,98%. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian penelitian Wijaya (dalam Rachmawati & Halim, 2017) terhadap 150 mahasiswa, di mana 63 % berada pada kategori tinggi untuk perilaku konsumtif. Sumartono (dalam Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Hal ini membuktikan bahwa siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang masih normal dan wajar dalam menjadi konsumen karena pada aspek-aspek yang dikembangkan Lina & Rosyid (dalam Haryani & Herwanto, 2015) di antaranya adalah pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non rational buying*) cenderung memiliki nilai yang sedang. Artinya siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang mampu mengelola keinginan sesaat tanpa pertimbangan, sikap boros, mengikuti *trend*, mencari kesenangan dan kepuasan sebagai konsumen.

5.2. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan :

- a. Variabel gaya hidup hedonis memiliki korelasi yang positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di SMAN 1 Telukjambe Karawang. Hal ini dibuktikan dengan Nilai r_{hitung} antara gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif menunjukkan angka sebesar $0,573 < 0,1538$ (r_{tabel}) sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima sehingga dapat disimpulkan terdapat korelasi antara gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di SMAN 1 Telukjambe Karawang.
- b. Variabel citra merek memiliki korelasi yang positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di SMAN 1 Telukjambe Karawang. Hal ini dibuktikan dengan Nilai r_{hitung} antara gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif menunjukkan angka sebesar $0,386 < 0,1538$ (r_{tabel}) sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima sehingga terdapat korelasi antara citra merek terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di SMAN 1 Telukjambe Karawang.
- c. Variabel gaya hidup hedonis dan citra merek keduanya memiliki korelasi yang positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di SMAN 1 Telukjambe Karawang. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung adalah 0,609 yang artinya terdapat korelasi yang kuat antara gaya hidup hedonis dan citra merek terhadap perilaku konsumtif. Maka dari itu H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak sehingga menggambarkan adanya korelasi antara gaya hidup

hedonis dan citra merek dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di SMAN 1 Telukjambe Karawang.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran peneliti antara lain :

1) Bagi siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang

Bagi siswa-siswi SMAN 1 Telukjambe Karawang disarankan untuk tetap mengelola pola hidup yang cenderung konsumtif agar tidak memunculkan perilaku yang merugikan diri sendiri seperti boros, memprioritaskan kepuasan dibanding kebutuhan, dan melakukan pembelian produk yang berlebihan tanpa tahu manfaatnya.

2) Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat tema tentang perilaku konsumtif, sangat disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif pada setiap individu seperti kepribadian dan konsep diri, pengalaman, motivasi, budaya, kelas sosial, kelompok sosial, keluarga, dan lain-lain. Selain itu, disarankan juga untuk menambah jumlah subjek, serta memperluas populasi subjek agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan.