

## BAB V

### PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

#### 5.1 Pembahasan Hasil

Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan bahwa terdapat kontribusi antara *self esteem* dan *self control* terhadap perilaku konsumtif, maka dari itu hipotesis dalam penelitian ini diterima dengan kata lain ada kontribusi antara *self esteem* dan *self control* terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji regresi linear berganda variabel  $X_1$  (*self esteem*) dan variabel  $X_2$  (*self control*) terhadap variabel  $Y$  (perilaku konsumtif) dengan nilai  $F = 18,643$  dengan signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 ( $p < 0,05$ ).

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Tinarbuko (2016) yang menyebutkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah *self esteem*. Menurut Munnazah (dalam Fitriana dan Koenjoro, 2016) *self control* memiliki peranan yang penting dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri atau *self control* mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk berperilaku termasuk dalam membelanjakan sesuatu bahkan berperilaku konsumtif.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kristantiyana (2013) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *self esteem* dengan perilaku konsumtif. Selain itu penelitian dari Harnum (2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif. Maka dari itu penelitian sebelumnya sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Pada skala *self esteem* sebesar 74,3% dalam kategori sedang dengan jumlah responden yaitu 260 mahasiswa dan sebesar 25,7% dalam kategori tinggi dengan jumlah responden yaitu 90 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa persentase dari jumlah terbanyak berada pada kategori sedang. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa mahasiswa cukup mampu memenuhi aspek-aspek *self esteem* yang sesuai dengan apa yang dikatakan Coopersmith (dalam Suhron 2017) yang meliputi (1) perasaan berharga, (2) perasaan mampu, dan (3) perasaan diterima. Perasaan berharga merupakan perasaan yang dimiliki individu ketika individu tersebut merasa dirinya berharga dan dapat menghargai orang lain. Perasaan mampu merupakan perasaan yang dimiliki oleh individu pada saat dia merasa mampu mencapai suatu hasil yang diharapkan. Perasaan diterima merupakan perasaan yang dimiliki individu ketika ia dapat diterima sebagai dirinya sendiri oleh suatu kelompok

Pada skala *self control* sebesar 73,4% atau 257 mahasiswa dalam kategori sedang, lalu kategori tinggi sebesar 26,3% atau 92 mahasiswa, dan 0,3% atau 1 mahasiswa dalam kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa persentase dari jumlah terbanyak berada pada kategori sedang. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa mahasiswa cukup mampu memenuhi aspek-aspek *self control* yang sesuai dengan apa yang dikatakan Averill, dkk (Ghufron M Nur & Risnawati, 2012) yang mencakup (1) kontrol perilaku (*behavioral control*), (2) kontrol kognitif (*cognitive control*), dan (3) kontrol dalam pengambilan keputusan (*decision control*). Kontrol perilaku adalah kemampuan individu dalam mengambil tindakan. Kontrol

kognitif adalah kemampuan individu dalam hal proses berpikir. Sedangkan kontrol dalam pengambilan keputusan adalah suatu kesempatan yang ada dalam hal memilih.

Pada skala perilaku konsumtif, kategori sedang sebesar 81,7% atau 286 mahasiswa, kategori rendah sebesar 15,4% atau 54 mahasiswa, dan 2,9% atau 10 mahasiswa dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa persentase dari jumlah terbanyak berada pada kategori sedang. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa mahasiswa cukup mampu memenuhi aspek-aspek perilaku konsumtif yang sesuai dengan apa yang dikatakan Sumartono (dalam Sukari, 2013) yaitu (1) membeli produk karena iming-iming hadiah, (2) membeli produk karena kemasannya menarik, (3) membeli produk demi menjaga penampilan karena gengsi, (3) membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), (4) membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status, (5) memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, (6) membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan (7) mencoba lebih dari dua produk.

Berdasarkan hasil kategorisasi jenis kelamin diperoleh hasil bahwa perilaku konsumtif mahasiswi sebesar 84,02% pada kategorisasi sedang, 3,65% untuk kategorisasi tinggi dan 12,33% untuk kategorisasi rendah. Sedangkan untuk respon laki-laki untuk kategorisasi sedang sebesar 77,86%, 1,53% untuk kategorisasi tinggi dan 20,61% untuk kategorisasi rendah. Dengan demikian pada responden perempuan yang memperoleh hasil bahwa perilaku konsumtif lebih besar di kalangan mahasiswi daripada mahasiswa, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

Gumulya dan Widiastuti (dalam Amalia, 2016) bahwa terdapat jumlah persentase mahasiswa perempuan lebih banyak pada kategori perilaku konsumtif tinggi (63,6%) yang berarti perilaku konsumtif lebih didominasi oleh mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan daripada laki-laki.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi kontribusi yang disumbangkan oleh *self esteem* dan *self control* sebesar 9,7 %. Hal ini menunjukkan bahwa 90,3% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel lain.

## 5.2 Kesimpulan

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

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa *self esteem* terhadap perilaku konsumtif memperoleh nilai  $t = -3,721$  dengan signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 ( $p < 0,05$ ) dengan kata lain terdapat kontribusi negatif yang signifikan antara *self esteem* terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 83%, dimana semakin tinggi *self esteem* maka semakin rendah perilaku konsumtif dan semakin *self esteem* maka semakin tinggi perilaku konsumtif.
2. *Self control* terhadap perilaku konsumtif memperoleh nilai  $t = -2,343$  dengan signifikansi 0,020 kurang dari 0,05 ( $p < 0,05$ ) dengan kata lain terdapat kontribusi negatif yang signifikan antara *Self control* terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 61%, dimana semakin tinggi *self control* maka semakin rendah perilaku konsumtif dan semakin *self control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

3. Terdapat kontribusi sebesar 9,7 % secara simultan antara *self esteem* dan *self control* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang dengan taraf signifikansi didapatkan nilai  $F=18,643$  ( $F_{tabel}=3,031$ ) dengan signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 ( $p < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *self esteem* dan *self control* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut beberapa saran peneliti antara lain :

1. Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang

Peneliti berharap kepada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang untuk lebih selektif dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan sehingga mahasiswa mampu memprioritaskan hal-hal yang dibutuhkan serta mampu mengontrol diri dengan lebih baik terutama dalam mengontrol perilaku konsumtifnya, dan tidak melakukan segala cara demi memenuhi perilaku konsumtifnya. Selain itu, untuk meningkatkan *self esteem*, mahasiswa dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang lebih bermanfaat dan produktif sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtifnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti topik yang sama, langkah lebih baik untuk mendalami fenomena dan dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi pendukung. Bagi peneliti selanjutnya yang akan

meneliti judul yang sama dengan peneliti sebaiknya melakukan penelitian dengan mengangkat tema jenis kelamin sebagai data nominal dalam penelitian. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel-variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa, seperti konsep diri, kematangan emosi, dan lain sebagainya.

