

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diketahui terdapat peranan yang signifikan antara konformitas dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang. Hal ini berarti variabel konformitas dan gaya hidup hedonis dapat dijadikan prediktor untuk memprediksi atau mengukur perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa antara konformitas terhadap perilaku konsumtif terdapat peranan yang signifikan dengan hasil sebesar 0,280 (dengan  $p > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z, dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z.

Hal ini sesuai dengan pendapat Cialdini & Gold (dalam Taylor, dkk. 2009) yang menyatakan bahwa remaja memiliki tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku agar sesuai dengan perilaku orang lain. Generasi Z yang berada pada tahapan perkembangan remaja cenderung lebih mudah dipengaruhi oleh beberapa hal, baik dalam berteman dan pengambilan keputusan, termasuk pembelian. Dilapangan terlihat para siswa dan siswi SMA Negeri 5 Karawang ketika akan melakukan sesuatu khususnya pengambilan keputusan seperti

memberi atau meminta pendapat dari temannya, membeli barang yang sesuai dengan yang sedang tren dan teman-temannya gunakan, hal ini menunjukkan adanya konformitas pada perilaku konsumtif di SMA Negeri 5 Karawang.

Peranan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada penelitian ini menunjukkan hasil 0,693 (dengan  $p > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan adanya peranan yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z dan sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis maka semakin rendah pula perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z.

Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Solomon (dalam Utami, 2017) bahwa gaya hidup hedonis sebagai salah satu jenis kebutuhan yang berdasarkan arah motivasi subjektif dan konsumen boleh membeli suatu produk untuk menemukan kebutuhan mereka untuk kegembiraan, kepercayaan diri, khayalan dan lain-lain. Teori tersebut sesuai dengan data di lapangan SMA Negeri 5 Karawang yaitu mayoritas siswa dan siswinya adalah peserta ajang pencarian mojang dan jajaka Karawang, yang mana mereka terbiasa untuk tampil di depan umum dengan penampilan yang selalu *up to date* untuk tampil percaya diri dan berusaha untuk menjadi pusat perhatian yang menyebabkan mereka cenderung konsumtif.

Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis berganda menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil ini ditunjukkan nilai R sebesar 0,702 dan dari uji ANOVA atau F-tes sebesar 114.460 artinya konformitas dan gaya

hidup hedonis secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, ada peranan konformitas dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang.

Hasil yang diperoleh dari uji hipotesis menunjukkan  $R^2$  (R square) adalah 0,493. Hal ini berarti sumbangan efektif konformitas dan gaya hidup hedonis memberi sumbangan sebanyak 49,3% terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti masih terdapat 50,7% faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang. Faktor-faktor perilaku konsumtif menurut Sujanto (dalam Sumartono, 2002) yaitu perubahan pada remaja seperti adanya pencarian identitas diri melalui penggunaan simbol status, bersifat ambivalen pada setiap perubahan, meningkatnya emosi, munculnya rasa takut tidak diterima teman sebaya jika tidak berpenampilan sama dengan teman-teman lainnya, memiliki sifat ingin tahu terhadap informasi yang diterima, mulai tahu menghias diri dan menggunakan berbagai aksesoris.

## **B. Kesimpulan**

Berdasarkan dari analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Ada peranan konformitas terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang menunjukkan bahwa  $H_{a1}$  diterima, hal ini telah dibuktikan dengan diperoleh nilai korelasi 0,280 (dengan  $p < 0,05$ ) yang berarti semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku

konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang.

2. Ada peranan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang menunjukkan bahwa  $H_{a2}$  diterima, hal ini telah dibuktikan dengan diperoleh nilai korelasi 0,693 (dengan  $p < 0,05$ ) yang berarti semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang.
3. Ada peranan konformitas dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang, hal ini dibuktikan dari hasil analisis menggunakan teknik analisis regresi berganda diperoleh nilai  $R = 0,702$  dan dari uji ANOVA atau F-tes menunjukkan p-value  $0,00 < 0,05$  artinya signifikan. Sedangkan F hitung sebesar  $114,460 > F$  tabel 3,01 artinya signifikan yaitu konformitas dan gaya hidup hedonis secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima.
4. Konformitas subjek penelitian tergolong sedang (mean = 26,26), gaya hidup hedonis subjek penelitian tergolong sedang (mean = 43,29) dan perilaku konsumtif subjek penelitian tergolong sedang (mean = 69,81).
5. Sumbangan konformitas dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 0,493 yang artinya konformitas dan gaya hidup hedonis memberi sumbangan sebanyak 49,3% terhadap perilaku konsumtif. Hal ini

berarti masih terdapat 50,7% faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

#### 1. Bagi Remaja

Bagi remaja disarankan untuk tetap mengontrol dan mempertahankan kecenderungan perilaku konsumtifnya agar tidak terjebak dalam pemborosan. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menahan keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan, membeli barang sesuai dengan kebutuhan bukan untuk sekedar mengikuti mode dan memperoleh pengakuan sosial.

#### 2. Bagi Orang tua

Bagi orang tua hendaknya peduli dengan kondisi perkembangan Generasi Z. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih mengenal dan memahami pribadi Generasi Z, mengenal dengan baik lingkungan pergaulan atau interaksi sosial diluar keluarga dan lebih mengontrol keuangan anak khususnya dalam berbelanja. Selain itu, orang tua juga diharapkan mampu mengarahkan, membimbing dan mendidik Generasi Z dengan tetap mempertimbangkan pemikiran dan perasaan Generasi Z, karena kondisi tersebut dapat membentuk hubungan yang baik antara remaja dengan orangtua.

### 3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan teman yang sama, disarankan untuk mencermati faktor-faktor lain yang diduga turut berperan dan mempengaruhi perilaku konsumtif. Faktor-faktor tersebut antara lain hadirnya iklan, kartu kredit, kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, pengamatan dan proses belajar serta kepribadian dan konsep diri. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tidak terbatas pada lingkungan sekolah saja.

