

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat perilaku konsumtif santri syarif hidayatullah *cyber* pesantren secara umum termasuk dalam kategori rendah (46%). Rendahnya tingkat perilaku konsumtif santri menunjukkan bahwa rata-rata santri berbelanja atas dasar kebutuhan mereka. Sedangkan tingkat perilaku konsumtif berdasarkan aspek diperoleh hasil, Aspek pembelian impulsif santri syarif hidayatullah *cyber* pesantren dari 41 responden nilai paling tinggi terletak pada kategori sedang dengan nilai persentase 78%. Aspek pembelian berlebihan nilai paling tinggi terletak pada kategori sedang dengan persentase 73%. Aspek pembelian tidak rasional nilai paling tinggi terletak pada kategori sedang dengan persentase 83%.
2. Tingkat kontrol diri santri syarif hidayatullah *cyber* pesantren secara umum termasuk dalam kategori tinggi (64%). Dengan artian bahwa santri syarif hidayatullah *cyber* pesantren memiliki kontrol diri yang baik seiring bertambahnya usia mereka. Sedangkan tingkat perilaku konsumtif berdasarkan aspek diperoleh hasil, Aspek kontrol perilaku santri syarif hidayatullah *cyber* pesantren dari 41 responden nilai paling tinggi berada pada kategori tinggi dengan hasil 66%. Aspek kontrol kognitif nilai paling tinggi terletak pada kategori sedang dengan persentase 54%. Aspek kontrol keputusan nilai paling tinggi terletak pada kategori tinggi dengan persentase 59%. Aspek kontrol informasi nilai tertinggi terletak pada kategori tinggi dengan persentase 73%.
3. Tingkat dukungan sosial teman sebaya santri syarif hidayatullah *cyber* pesantren secara umum masuk dalam kategori tinggi (51%). Dengan artian bahwa santri Syarif Hidayatullah *Cyber* Pesantren saling

memberikan dukungan sosial teman sebaya dengan baik. Sedangkan tingkat dukungan sosial teman sebaya berdasarkan aspek diperoleh hasil, Aspek dukungan emosional santri syarif hidayatullah *cyber* pesantren dari 41 responden nilai paling tinggi yaitu pada kategori sedang dengan persentase 78%. Aspek dukungan penghargaan nilai paling tinggi pada kategori sedang dengan persentase 73%. Aspek dukungan instrumental nilai paling tinggi terletak pada kategori sedang dengan persentase 83%. Aspek dukungan informasi nilai tertinggi terletak pada kategori tinggi dengan persentase 49%. Aspek dukungan jaringan sosial nilai tertinggi terletak pada kategori tinggi dengan persentase 61%.

4. Berdasarkan analisis regresi dengan nilai koefisien sebesar  $-0,717$ , nilai koefisien bernilai negatif yang bermakna terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, jika kontrol diri semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan semakin rendah. Hal ini menandakan bahwa adanya dampak yang signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dalam melakukan *online shopping*.
5. Berdasarkan analisis regresi dengan nilai koefisien  $0,088$ , nilai koefisien bernilai positif yang berarti terjadi hubungan yang positif antara dukungan sosial teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Akan terjadi peningkatan pada kedua faktor, dimana jika dukungan sosial teman sebaya semakin meningkat maka perilaku konsumtif juga semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi pengaruh yang signifikan antara dukungan sosial teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dalam melakukan *online shopping*.
6. Berdasarkan hasil koefisien regresi secara bersama-sama (Uji F) yang telah diperoleh menunjukkan nilai probabilitas sebesar  $0,07$  yang mana lebih kecil dari taraf signifikansi  $0,05$  ( $0,07 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kontrol diri dan variabel dukungan sosial teman sebaya secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, saran yang diberikan peneliti ialah sebagai berikut:

1. Bagi santri syarif hidayatullah *cyber* pesantren maupun seluruh masyarakat diharapkan mampu memahami apa itu perilaku konsumtif serta dampak dari perilaku konsumtif tersebut. Sehingga mampu membedakan mana kebutuhan dan mana yang hanya kesenangan saja.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat mencari atau mengembangkan variabel apa saja yang dapat mempengaruhi variabel perilaku konsumtif sehingga kita dapat mengetahui variabel mana yang berpengaruh sangat tinggi terhadap variabel perilaku konsumtif