

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan di atas, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal yang dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Fenomena perilaku konsumtif juga dapat dilihat pada kebiasaan mahasiswa menggunakan *gadget* dengan skala waktu yang kecil dan tingkah laku yang boros. Fenomena perilaku konsumtif pada *gadget* yang terjadi di kalangan mahasiswa, salah satunya juga turut terjadi di kalangan mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo.
- 2) Perilaku konsumtif mahasiswa FIS Universitas Negeri Gorontalo terhadap *gadget* dibuktikan dengan adanya hasil wawancara dari delapan narasumber yang menunjukkan ciri-ciri konsumtif tersebut. Dari hasil data yang ditemukan peneliti melalui informan, ditemukan beberapa alasan kecenderungan informan untuk berperilaku konsumtif yakni sebagai penanda sosial, kepentingan keinginan, pengaruh iklan, dorongan pergaulan dan gaya hidup, penawaran keunikan fitur, serta promosi dan diskon barang. Peneliti memiliki simpulan bahwa seiring dengan perkembangan teknologi, maka *gadget* tidak lagi di fungsikan hanya sebagai alat komunikasi tapi juga sudah merupakan salah satu alat untuk dapat mempermudah baik itu dari perolehan informasi serta menjadi salah satu bagian dari gaya hidup. Hal inilah yang menjadikan perilaku konsumtif mahasiswa FIS Universitas

Negeri Gorontalo terutama terhadap *gadget* terus berkembang seiring fasilitas yang disajikan oleh *merk gadget* tertentu.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pembahasan yang diatas, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut :

1) Terhadap Lembaga Pendidikan

Peneliti mengharapkan sekaligus memberikan saran kepada jurusan Sosiologi sebagai lembaga pendidikan untuk terus berupaya mengembangkan bahan referensi penelitian yang bersifat mutakhir agar mempermudah mahasiswa dalam melaksanakan tugas akhir Skripsi di kampus. Khususnya yang menyangkut pola dan perilaku agar mahasiswa memiliki landasan pijak dalam menentukan teori yang tepat untuk digunakan.

2) Terhadap Mahasiswa

Peneliti berharap dan memberikan saran kepada seluruh mahasiswa di jurusan Sosiologi, bahwa dapat memahami perilaku konsumtif merupakan hal sederhana yang kita anggap biasa dan wajar namun memiliki dampak yang cukup relevansi dengan kehidupan sosial. Sebagai mahasiswa Sosiologi, UNG, alangkah lebih tepatnya jika mahasiswa memahami betul perilaku sosial yang memiliki keterkaitan erat dengan aktivitas kehidupan individu. Sehingga hal ini dapat dijadikan bahan belajar dan evaluasi perilaku sosial lewat penelitian ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ati, N. U., & Abidin, A. Z. 2019. Gadget Dan Mahasiswa (Studi Tentang Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Perilaku Mahasiswa Di Universitas Brawijaya). *Jurnal Respon Publik*, Volume 13, No. 3, Tahun 2019, Hal 21-29.
- Atmodjo, Eko Budi. 2012. *Teori Hirarki Kebuthan Manusia*.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, James F., and Gibson. 2000. *Perilaku konsumen*. (Edisi Keenam). Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fathelrahman, E., & Basarir, A. (2018). Use of Social Media to Enhance Consumers' Options for Food Quality in the United Arab Emirates (UAE).
- Fransisca iriani roesmala Dewi. 2005. *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*. Tarumanagara University.
- Harmawan, H., & Haryanto, B. 2013. Analisis Pengaruh Persepsi Prestise, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Citra Merek, Citra Negara Asal Terhadap Niat Pembelian Produk Asing Yang Dimediasi Sikap Dan Variabel Customer's Ethnocentrism Sebagai Peran Moderasi. *Jurnal Fokus Manajerial*. Vol. 12 (No. 1) 2013 : 23-40
- http://file.upi.edu/Direktori/FPOK/JUR._Pend._Olahraga/197409072001121didin_Budiman/Psikologi_Anak_Dlm_Penjas/Perilaku_Sosial.pdf [diakses 17 November 2019]
- http://etheses.uin-malang.ac.id/2264/6/08410105_Bab_2.pdf [diakses Tanggal 29, November 2019]
- http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/306/5/118600220_file5.pdf
diakses 12 Desember 2019.
- Kotler, P., and Gary, A. 2008. *Principles of Marketing 11th Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kusuma Astidewi, N. (2018). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Penggunaan Paket Kuota Internet*. Diakses tanggal 12 Agustus 2020.

- Marpaung, J. 2018. *Pengaruh Penggunaan Gadget dalam Kehidupan*. KOPASTA: Jurnal Program Studi Bimbingan Konseling, 5 (2).
- Munazah, Julianti. 2016. *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsuntif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Mlaik Ibrahim*. Malang.
- Nugraha, B. E. 2019. *Perubahan perilaku konsumtif pada mahasiswa perantauan (studi kasus mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)* (Bachelor's thesis, FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Prof. Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Kencana
- Sembiring, Amstrong. 2008. *Budaya Konsumerisme*.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan,R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsuntif*
- Usman Effendi, & Alwi. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Yusuf Lubis, Akhyar. 2014. *Postmodernisme : Teori dan Metode*. Jakarta : Rahawali Press