

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yaitu mengenai pengaruh gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa yang melibatkan 158 subjek mahasiswa, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh gaya hidup *brand minded* (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($12,138 > 1,984$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis alternatif (H_a) yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

B. Saran

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pijakan dan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat menyertakan pertanyaan terbuka tentang uang bulanan responden dalam skala, hal ini bertujuan untuk memperkuat data bahwa responden memiliki perilaku konsumtif. Serta peneliti dapat menyertakan faktor-faktor lainnya yang juga mempengaruhi perilaku konsumtif selain gaya hidup, yang terdiri dari faktor eksternal dan internal, seperti demografi, kelas sosial, kelompok referensi, motivasi, kepribadian, konsep diri, dan harga diri.

3. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup *brand minded* mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif dan memiliki dampak negatif seperti pemborosan, pembelian secara impulsif, dan pembelian tidak rasional. Masyarakat hendaknya dapat mengontrol dirinya dalam menyukai barang *branded* agar terhindar dari perilaku konsumtif