

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi linear sederhana gaya hidup (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor sebesar 19,708 yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 24,887 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,670 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05.
2. Hasil analisis regresi linear sederhana penggunaan *e-money* (X_2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten TTU sebesar 24,745 yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar -3,001 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,670 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari alpha 0,05.
3. Hasil analisis regresi linier berganda gaya hidup (X_1) dan penggunaan *e-money* (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor sebesar 19,049 yang ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar 338,682 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,753 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan peneliti selanjutnya serta bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor yaitu sebagai berikut :

1. Hendaknya setiap mahasiswa perlu mengontrol diri dalam menghadapi gaya hidup yang hedonis
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor pengguna *e-money*, dalam melakukan pembelian perlu membedakan antara kebutuhan dan keinginan sehingga tidak berbelanja secara berlebihan agar mahasiswa tidak termasuk dalam berperilaku konsumtif atau hidup boros.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah dan memperluas variabel penelitian selanjutnya dan menggunakan metode lain sehingga permasalahan yang ada akan terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. S. (2015). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 3(2), 1–21.
- Ainunnisa, L. (2016, December 8). Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/lanainunnisa/58496b97149373f2100be561/perilaku-konsumtif-mahasiswa?page=all>
- Arbaini, N. (2017). Gaya Hidup Shopaholic pada Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau yang Kecanduan Berbelanja Pakaian). *JomFISIP*, 4(1), 1–11.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19.
- Engel et al. (2010). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam, jilid 1. Binarupa Aksara: Jakarta.
- Fathoni, S. A., (2021) Studi, P., Akuntansi, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & U. M. *Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah*. 2–3. Surakarta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*. Vol 11, No 1.
- Haryani, Indah dan John Herwanto. 2015. *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hasanah, W., Nurdin, & Rahmawati. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Konformitas, Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
- Hasibuan, E. P. N. (2010). Hubungan antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecendrungan Perilaku konsumtif pada Remaja Puteri. Skripsi (dipublikasikan). Medan: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.

<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>

- Imawati, I., Susilaningsih, I.E. (2013). Pengaruh financial literacy terhadap Pprilaku konsumtif melalui online shop remaja pada program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013.
- Khairi, M. R., & Gunawan, E. (2019). Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dan E-Money Terhadap Konsumsi Masyarakat di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1), 19–36.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid I. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing (Seventh Eu)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, L. . (2016). *Marketing Management (Fifteenth)*. Pearson Education.
- Mowen. (2012). *perilaku konsumen*. Erlangga : jakarta.
- Ramadhan, A. F., A, B. P., & L, I. (2016). *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money* . *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 13(2), 131-145.
- Ramadhani, R. H. (2019). Pengaruh literasi keuangan, elektronik money, gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Skripsi.Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Alfabeta: Bandung.
- Sutopo, H.B. (1988). *Konsep-konsep Dasar dalam Penelitian Kualitatif*. Universitas Sebelas Maret: Surakarta.
- Mönks, F. J., Knoers, A. M., & Haditono, S. R. (2001). *Psikologi perkembangan pengantar dalam berbagai bagiannya*. Gadjah Mada University Press :Yogyakarta.