

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswi hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi ( $r$ ) yaitu 0,493 dengan nilai signifikasinya ( $p$ ) 0,000 ( $\geq 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kelompok referensi maka perilaku konsumtif pada mahasiswi kos semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah kelompok referensi maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada mahasiswi kos.

#### **B. Saran**

##### 1. Bagi subjek

Peneliti menyarankan pada mahasiswi agar dapat mengambil keputusan yang tepat dalam berperilaku terutama agar tidak mudah terpengaruh oleh teman yang menjadi kelompok referensinya. Peneliti juga menyarankan pada mahasiswi agar mampu berperan sebagai konsumen yang selektif sehingga dapat membeli barang yang sesuai kebutuhan, bukan karena faktor-faktor lain, misalnya agar diakui oleh teman-temannya. Karena jika tidak selektif dalam memilih produk maka mahasiswi pada akhirnya akan membeli barang yang tidak dibutuhkan dan menimbulkan adanya perilaku konsumtif.

## 2. Bagi kelompok referensi

Sebagai kelompok referensi sebaiknya dapat menjadi kelompok referensi yang sehat dan dapat mengontrol diri dengan baik agar tidak memberikan pengaruh yang buruk bagi orang lain. Selain itu remaja sebagai kelompok referensi sebaiknya dapat mengembangkan sikap menghargai dan mau menerima orang lain tanpa mempertimbangkan penampilannya.

## 3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti variabel yang sama peneliti menyarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Peneliti juga menyarankan agar lebih memperhatikan waktu penelitian dengan cara mengambil data pada waktu yang tepat dan tidak meninggalkan angket pada responden sehingga subjek lebih maksimal dalam menjawab.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaraqi, F. (2015). Pengaruh Kelompok Referensi dan Efikasi Diri terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Jurusan Kedokteran Siswa Kelas XII IPA SMA N 1 Samarinda. *eJurnal Psikologi*. Vol. 4. No.1 Th. 2015.
- Amaldoss, W. & jain, S. (2008). A Strategic Analysis Of Reference Group Effect. *Journal Marketing Science*. Vol. 27 No. 5 Th. 2008.
- Ammary, E. (2010). Perilaku Belanja Produk *Fashion* Mahasiswa Kos Di Kota Surabaya. *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*.
- Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anggadini, T. (2015). Hubungan Antara Kelompok Referensi dengan Perilaku Konsumtif. *Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, G. (2006). Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Konsutif pada Remaja Di SMA N 1 Semarang. *Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang*.
- Asry, M. ( 2006). *Kebutuhan atau gaya hidup konsumtif*. Sriwijaya Pos. Di akses pada 10 November 2017.
- Ati, S. (2000). Hubungan antara Pengaruh Kelompok Referensi dengan Loyalitas Merek. *Skripsi [online] Universitas Katolik Soegijapranata Semarang*. Diakses pada 12 Desember 2017 dari <http://eprints.unika.ac.id/>
- Azwar, S. (1999). *Dasar-dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2010). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2012). *Tes Prestasi: Fungsi dan pengembangan pengukuran prestasi belajar*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Budyanto, A. (2013). Keputusan Pembelian Blackberry Remaja DiTinjau dari Kelompok Acuan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan Universitas Muhammadiyah Malang*. Vol. 01 No. 2 Th. 2013.

- Chita, R., David, L., Pali, C. (2015). Hubungan antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik(eBm)*. Vol3 No.1 Th. 2015.
- Engel, J., Blackwell, Minard. (1995). *Consumer behavior*. Florida: The Dryden Press.
- Esita, Z. (2014). Pengaruh Kelompok Rujukan dan Kepribadian Otoritarian terhadap Perilaku Memilih pada Pemilih Pemula. *Tesis Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*.
- Fitriyani, N., Widodo,P., Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal psikologi Undip*. Vol. 12 No.1 Th. 2013.
- Ghony, D. & Almanshur, F. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Malang: UIN Malang.
- Hadi, Sutrisno. (2015). *Statistik*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Hempel, L. (1996). *Environment Governance: The Global challenge*. Washington D.C: Island Press.
- Hernandhono, R. (2004). *Penjualan Baju Anak-anak Naik*. Di akses pada tanggal 15 Desember 2017 dari [www.SuaraMerdeka.com/0410/26/eko10.html](http://www.SuaraMerdeka.com/0410/26/eko10.html).
- Hurlock, E. (1990). *Psikologi Perkembangan :Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Jalaludin, R. (2004). *Psikologi Komunikasi*.Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, edisi ketigabelas, jilid 1*. Jakarta:Erlangga.
- Mappiare, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mongks, F., Knoers,A., & Haditono, S. (2000). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mongks. (2002). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Moningka, C. (2006). *Antara Gengsi dan Kebutuhan*. Di akses pada tanggal 7 Juli 2017 dari <http://www.suarapembaruan.com/News/2006/12/13/urban/.htm>
- Mowen, J., Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

- Myers, D. (1999). *Social Psychology*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Peter, J., & Olson, J. (2014). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, jilid 2. Edisi sembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Pramudi, R. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal. *Jurnal of research in economics and management*. Vol. 15 No.2 Th. 2015.
- Pride, W. Dan Ferrel, C. (1995). *Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari – hari*. Terjemahan Daniel Wijaya. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Putra, F. (2017). Analisis Pengaruh Keluarga, Kelompok Referensi, dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma*.
- Sari, M. (2015). Pengaruh Kelompok Referensi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek Aplikasi Pesan Instan. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sarwono, S. (1989). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Rajawali.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Soesilowindradini. (1990). *Psikologi Perkembangan Masa Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Setiadi, N. (2005). *Perilaku Konsumtif*. Jakarta: Penada Media.
- Soetarno, R. (1989). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2002). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Di akses pada 5 juli 2017 dari <http://www.duniaesai.com/psikologo/psi3.htm>
- Turcinkova, J., & Moisisidis, J. (2011). Impact Of Reference Groups On The Teenager's Buying Procss Of Clithing In The Czech Republic. *Journal of Acta Univercity Agriculture Et Silviculturae Mendeliane Brunensis*. Vol. LIX. No. 7 Th. 2011.
- Wijayanti, A. (2016). Hubungan interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA N 6 Yogyakarta. *Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta*.

Wahyudi (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *eJurnal Sosiologi*. Vol. 1 No. 4 Th. 2013.

Yang, J., He, X., & Lee, H. (2007). Social Reference Group Influence On Mobile Phone Purchasing behavior:A Cross-nation Comparative Study. *Int. J. Mobile Communication*. Vol. 5 No.3 Th. 2007.