

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi dan faktor-faktor perilaku konsumtif remaja akhir pada belanja online. Setiap informan menunjukkan indikator perilaku konsumtif yang berbeda-beda, tergantung pada seberapa sering dan jenis barang yang dibeli. Beberapa informan menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih jelas dan konsisten, sementara yang lain hanya pada indikator tertentu. Jadi, setiap orang punya alasan yang berbeda-beda saat berbelanja online dan ini yang membentuk perilaku konsumtif mereka. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kondisi perilaku konsumtif berdasarkan data yg telah dikumpulkan yaitu keputusan pembelian yang didasarkan pada dorongan emosional, impulsifitas, dan pengaruh tren. Remaja seringkali merasa tergoda oleh promosi diskon atau promosi, meskipun barang yang dibeli tidak sesuai kebutuhan, yang kemudian bisa menyebabkan pemborosan dan rasa penyesalan. Selain itu, adanya tekanan sosial untuk tampil 'up to date' dengan barang-barang terbaru juga dapat memengaruhi remaja untuk melakukan pembelian yang tidak perlu, sehingga memperkuat siklus perilaku konsumtif yang tidak sehat.
2. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja dalam berbelanja online yaitu promosi, diskon, dorongan sosial, dan keinginan. Remaja sering tergoda oleh promosi diskon atau gratis ongkir, memicu pembelian impulsif. Pembelian melalui belanja online dilakukan tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Pengaruh teman

sebaya, keluarga, dan idola juga menjadi faktor yang mempengaruhi dalam memutuskan pembelian produk. Keinginan untuk kepuasan dan pengakuan sosial, serta faktor ekonomi seperti ketersediaan dana dan sistem pembayaran tertunda, turut mempengaruhi perilaku konsumtif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat peneliti berikan untuk remaja pengguna online shop dan untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurna penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi para remaja diharapkan menggunakan situs belanja online untuk membeli barang-barang yang memang dibutuhkan saja. Dengan begitu, kedepannya dapat menurunkan perilaku konsumtif. Keputusan akhir remaja seringkali bergantung pada ketersediaan dana yang mereka miliki. Maka harus lebih selektif lagi dalam hal belanja online, karena sebagian besar remaja mengalami peningkatan pembelian suatu barang ketika memiliki ketersediaan dana.
2. Bagi pengguna e-commerce diharapkan untuk lebih bijaksana dalam berbelanja online guna menghindari perilaku konsumtif. Pengguna e-commerce perlu mempertimbangkan kegunaan dibandingkan dengan keinginan sesaat. Mengembangkan kesadaran akan pengeluaran dan membedakan antara barang yang benar-benar diperlukan dan yang hanya diinginkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan tindakan konseling atau layanan informasi sehingga permasalahan yang ada akan terselesaikan dengan baik dan menambah dan memperluas variable/komponen penelitian selanjutnya.