

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisa pada bab IV maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berdasarkan hasil analisis data terbagi menjadi 3 kategori yaitu: tinggi, sedang dan rendah. Tingkat kepercayaan diri pada kategori tinggi berjumlah 160 mahasiswa dengan prosentase 80,8 %, sedangkan untuk kategori sedang berjumlah 37 mahasiswa dengan prosentase 18,7 %, dan mahasiswa yang memiliki kategori kepercayaan diri rendah yaitu 1 mahasiswa dengan prosentase 0,5 %, dari total responden penelitian sebanyak 198 mahasiswa. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan diri mahasiswa UIN Maliki Malang berada pada kategori tinggi dengan prosentase 80,8 %.
2. Tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berdasarkan hasil analisis data terbagi menjadi 3 kategori yaitu: tinggi, sedang dan rendah. Tingkat perilaku konsumtif pada kategori tinggi berjumlah 9 mahasiswa dengan prosentase 4,5 %, sedangkan untuk kategori sedang berjumlah 70 mahasiswa dengan prosentase 35,4 %, dan mahasiswa yang memiliki kategori perilaku konsumtif rendah yaitu 119 mahasiswa dengan prosentase 60,1 %, dari total responden penelitian sebanyak 198 mahasiswa. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maliki Malang berada pada kategori rendah dengan prosentase 60,1 %.
3. Berdasarkan hasil analisis korelasi antara tingkat kepercayaan diri dan perilaku konsumtif dengan menggunakan korelasi *Product-Moment* diperoleh  $r_{xy}$  sebesar -0,128 pada taraf signifikan 0,072 dengan sampel 198 responden. Hasil korelasi antara

kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif menunjukkan angka sebesar  $-0,128$  dengan  $p = 0,072$ . Hal tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan antara keduanya karena  $p > 0,05$ . Berdasarkan hasil ini maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima yaitu tidak adanya hubungan antara kepercayaan diri mahasiswa baru dengan perilaku konsumtif remaja UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi berbagai pihak, yaitu:

### **1. Bagi Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim Malang mengenai perilaku konsumtif yang akhir-akhir semakin meningkat seiring dengan berkembangnya zaman saat ini. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk terus menginformasikan tentang dampak perilaku konsumtif dan juga tentang larangan dalam Islam tentang berperilaku konsumtif sehingga dapat lebih meminimalisir perilaku konsumtif yang terjadi di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Khususnya tentang cara berpakaian mahasiswi UIN Maliki Malang yang harus menutup aurat, sopan dan santun.

### **2. Bagi subjek penelitian**

Bagi subjek penelitian diharapkan untuk selalu meningkatkan kepercayaan dirinya karena dengan memiliki kepercayaan diri yang tinggi maka akan dapat mencapai kesuksesan dikemudian hari. Diharapkan juga untuk tidak berperilaku konsumtif meskipun dengan berbagai alasan, karena berperilaku konsumtif hanya akan menimbulkan keburukan seperti kecemasan dan rasa tidak aman.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti lain diharap lebih menyempurnakan lagi beberapa kelemahan dalam penelitian ini. Kelemahan tersebut antara lain keterbatasan peneliti dalam mendeskripsikan hasil penelitian serta keterbatasan kemampuan dalam membuat dan mengolah instrument, perluasan populasi dan jumlah sampel penelitian agar hasil penelitian yang dilakukan akan semakin baik lagi.

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan bagi peneliti lain untuk lebih meneliti tentang perilaku konsumtif dan hubungan atau pengaruhnya dengan hal selain kepercayaan diri seperti hubungannya dengan kontrol diri atau *self esteem*, juga perbedaannya antara sampel laki-laki dengan perempuan dan juga dengan populasi yang lebih luas dari penelitian ini agar bisa diketahui seberapa besar perilaku konsumtif pada masyarakat sekarang ini.