

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Banyak diantara mahasiswa UNY yang memiliki gaya hidup *shopaholic*. Gaya hidup *shopaholic* termasuk ke dalam salah satu bentuk perilaku konsumtif. Mereka tidak pernah puas dengan apa yang telah dimilikinya. Umumnya orang-orang konsumtif yang membeli produk bermerk hanya ingin menunjukkan eksistensinya dapat diterima. Mereka mengatasi kejemuhan akan rutinitasnya dengan frekuensi berbelanja minimal 3x dalam sebulan. Namun mereka mengakui bahwa pendapatan dari uang saku yang diberikan oleh orang tua adalah cukup, yaitu Rp 1.500.000/bulan bahkan lebih. Tidak sedikit dari mereka yang memiliki pendapatan tambahan selain dari orang tua, yaitu dari hasil kerja sambilan. Pelaku *shopaholic* menghabiskan banyak waktu untuk belanja sebagai penghilang rasa jemuhan dan sebagai kepuasan tersendiri dan lebih banyak bergaul dengan orang-orang yang memiliki hobi yang sama dalam banyak hal.

Belanja merupakan cerminan dari gaya hidup bagi masyarakat tertentu. Bagi pelaku *shopaholic*, belanja menjadi sebuah gambaran perilaku konsumtif yang sulit untuk diubah. Faktor-faktor yang menyebabkan gaya hidup *shopaholic* pada mahasiswa UNY antara lain yaitu: (1) gaya hidup mewah, (2) pengaruh dari keluarga, (3)

iklan, (4) mengikuti *trend*, (5) banyaknya pusat-pusat perbelanjaan, (6) pengaruh lingkungan pergaulan.

Gaya hidup *shopaholic* selain memberikan dampak positif, bisa juga memberikan dampak negatif. Dampak positif gaya hidup *shopaholic* antara lain sebagai penghilang stres dan untuk mengikuti perkembangan jaman. Sedangkan dampak negatif gaya hidup *shopaholic* antara lain adalah terbentuknya perilaku konsumtif, boros, dan candu.

## B. Saran

Gaya hidup *shopaholic* mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta mempunyai dampak positif dan negatif. Mahasiswa sebaiknya dapat menyiapkan dengan bijak sehingga tidak mengakibatkan dampak yang negatif yang terlalu berlebihan. Untuk itu peneliti memberikan saran atau rekomendasi kepada mahasiswa yang mempunyai gaya hidup *shopaholic* sebagai berikut :

1. Mahasiswa sebaiknya memiliki skala prioritas agar lebih mengontrol dalam membeli barang, mana yang merupakan kebutuhan dan mana yang hanya sebuah keinginan.
2. Mengendalikan diri yaitu dengan mematuhi skala prioritas yang telah dibuat. Sehingga tidak mudah tergiur oleh iklan maupun promosi yang sedang marak.

3. Mahasiswa tidak perlu memaksakan diri mengikuti gaya hidup orang lain, harus disesuaikan dengan kemampuan pribadi.
4. Orang tua lebih mengontrol pola perilaku anaknya. Peran orang tua sangat penting dalam pembentukan perilaku bagi anak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrin Ra'uf. 2009. *Shopping Saurus*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Awan. 2009. Tersedia pada <http://lifestyle-awan.blogspot.com/2009/03/pengertian-gayahidup.html>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2013, pukul 14.06 WIB.
- Bangong Suryanto dan Satinah. 2007. *Metode Penelitian Sosial. Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Barker, Chris. 2008. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Barnard, Malcom. 2011. *Fashion sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Burhan Bungin. 2010. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chaney, David. 2003. *Lifestyle: Suatu Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Buku.
- Featherstone, Mike. 1991. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Heru Nugroho. 2001. Negara, *Pasar dan Keadilan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hornby, AS. 2000. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. London: Oxford University Press.
- Hurlock, E. 1990. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan Edisi Kelima*. Alih Bahasa : Istiwadayanti. Jakarta : Erlangga.
- Kunto, A.A. 1999. *Remaja Tentang Hedonisme : Kecil Bahagia, Muda Foya-foya, Tua Kaya Raya, Mati Masuk Surga*. Yogyakarta : PT. Kanisius.

- Lucia Sinto Dewi. 2007. *Salon sebagai Tren Gaya Hidup Kaum Muda*. Yogyakarta: Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gajah Mada.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Monks, FJ., Knoers, H.M.O., Haditomo, S.R. 1998. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gagah Mada University Press.
- Nuning Utami. *Coffee shop sebagai Tren Gaya Hidup mahasiswa (studi kasus Nongkrong mahasiswa di kawasan Babarsari)*. Yogyakarta: Skripsi Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Raymond Tambunan. 2005. *Informasi Psikologi Online: Remaja dan Perilaku Konsumtif*.
- Ritzer, George dan Douglas, J. Goodman. 2010. *Teori Sosiologi (dari Teori Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana Offset.
- Sagita. Tersedia pada <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/457/jbptunikompp-gdl-sagitaamal-22809-3-unikoms-i.pdf>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2013, pukul 16.00 WIB.
- Schiffman, Leon G dan Lieslie Lazar kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. USA: Prentice Hall.
- Soekidjo Notoadmodjo. 1993. *Pengantar Pendidikan Kesehatan Ilmu Perilaku*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Solomon, Michael R. 2002. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 5 edition*. New Jersey: Prentice Hall, inc.
- Susanto, B. A. 2001. *Potret-potret Haya Hidup Metropolis*. Jakarta : Kompas.
- Susianto, H. 1993. *Studi Gaya Hidup sebagai Upaya Mengenali Kebutuhan Anak Muda*. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*. Jakarta : Grasindo PT. Gramedia.
- Sutopo HB. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Jurusan Seni Rupa UNS.

Tambunan. 2001. Tersedia pada <http://arsip.uii.ac.id/files/2012/08/05.2-bab-283.pdf>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2013, pukul 13.30 WIB.

Ugi Suharto. 2003. *Paradigma Ekonomi Konvensional dalam Sosialisasi Ekonomi*, Makalah. Jakarta: FEUI.

Universitas Negeri Yogyakarta. *Profil UNY*. Tersedia pada <http://www.uny.ac.id/profil/tentang-uny>. Diakses pada tanggal 7 November 2013, pukul 15.00 WIB.