

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berlandaskan temuan penelitian yang sudah dilaksanakan di atas, maka disimpulkan yaitu :

1. *You Only Live Once* memengaruhi positif signifikan perilaku konsumtif pada generasi Z di wilayah RT.02/009 Kelurahan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Semakin besar tingkat *You Only Live Once*, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif.
2. Hedonisme memengaruhi positif signifikan perilaku konsumtif pada Ggenerasi Z di wilayah RT.02/009 Kelurahan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Semakin besar tingkat hedonisme, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif.
3. Sosial Media memengaruhi positif dan tidak signifikan perilaku konsumtif pada generasi Z di wilayah RT.02/009 Kelurahan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Hal ini dapat terjadi karena banyaknya konten yang sudah diatur dan dilebih-lebihkan sehingga menurunkan perilaku konsumtif masyarakat.

B. Saran

1. Mengingat *You Only Live Once* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif , pelaku usaha dapat melibatkan workshop, ataupun experience untuk menarik minat para masyarakat yang menyukai pengalaman dan kebahagiaan.
2. Hedonisme terbukti memengaruhi yang signifikan perilaku konsumtif yang dimana sebagai pelaku usaha dapat melibatkan konten yang *trendy*, tempat-tempat yang gemar masyarakat kunjungi, ataupun

aktivitas yang dapat menghabiskan waktu sehingga dapat memperkuat dalam perilaku konsumtif.

3. Meskipun Sosial Media tidak terbukti memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumtif, disarankan untuk memasukkan jenis aplikasi sosial media yang digunakan seperti Instagram, Facebook, Twitter, ataupun sebagainya untuk memberikan informasi yang lebih kepada peneliti.

