

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil – hasil penelitian yang telah dilakukan di Kota Bekasi, Kecamatan Bekasi Utara, maka ada beberapa hal yang dapat disimpulkan mengenai peranan perilaku compulsive buying pada gaya hidup era digital pengguna e-commerce di kalangan generasi Z. Adapun kesimpulan yang telah didapat, sebagai berikut :

Pada pembelian di *e-commerce* yang dilakukan oleh generasi Z bisa menyebabkan pembelian secara berlebih atau kompulsif. Hal ini karena kegiatan menghamburkan uang yang tidak dapat diprediksi kebanyakan membeli produk yang tidak digunakan barang yang dibeli terjadi secara spontan. Perilaku kompulsif seperti membeli karena harga yang murah membuat generasi z tertarik ketika berbelanja.

Pembelian kompulsif juga dapat di definisikan sebagai perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan dan melibatkan rasa cemas dan emosi seperti saat sedang merasakan perasaan buruk dan menemukan kesenangan dan kepuasan pada saat berbelanja. Gaya hidup digital atau *E-lifestyle* terjadi karena adanya revolusi gaya hidup maupun budaya hidup, perubahan yang terjadi karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang arusnya semakin pesat. *E-lifestyle* adalah rangkaian perilaku terhadap kegiatan, ketertarikan, opini, dan nilai.

Compulsive buying yang dihadapi oleh gen Z adalah suka mencari kepuasan instan dan menghilangkan perasaan buruk dengan melakukan pembelian barang secara berlebihan tanpa terencana sehingga menimbun barang yang tidak terpakai, dan juga membuat gen Z semakin boros bahkan terjebak kredit. Sebagian besar gen Z membeli barang karena mengikuti trend dan juga mudah tergiur dengan strategi pemasaran seperti diskon, *cashback*, *voucher* dan gratis ongkir. Dan juga diperkuat dengan adanya berbagai metode pembayaran untuk memudahkan dalam melakukan transaksi, bahkan juga adanya sistem kredit pada setiap pembelian produk.

Lingkungan sosial sendiri merupakan lingkungan yang ada disekitar kita seperti lingkungan keluarga, lingkungan pertemanan, dan lingkungan tempat tinggal kita. Lingkungan mempengaruhi individu dalam melakukan pembelian suatu produk dan jasa sehingga menjadi konsumtif karena pilihan barang yang dibeli oleh individu di pengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.

Kegiatan konsumsi menunjukkan pergeseran makna, dari semula yang bertujuan untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhan hidup menuju ke arah kepuasan hasrat dan gaya hidup serta memperbaiki rasa moodnya dari prasaan buruk menjadi perasaan senang. Sehingga praktik konsumsi sebagai simbol untuk memperoleh penghormatan, status, prestise hingga menjadi konstruksi sosial dan identitas dari masyarakat konsumsi. Konsumerisme yang memasuki arena kehidupan masyarakat mengandung

simbol-simbol tertentu. Tergantung individu masing-masing dalam mengaktualisasikan dirinya.

5.2 Saran

Dari temuan yang telah dipaparkan penulis melihat bahwa perilaku manusia termasuk pada generasi Z pada gaya hidupnya terpengaruh dengan faktor eksternal dan faktor internal. Saran untuk generasi Z agar dapat lebih mengontrol dirinya dengan baik agar tidak terjerat hutang yang sangat berat yaitu dengan menciptakan lingkungan sosial yang mendukung perilaku belanja yang lebih sehat. Jalin hubungan dengan orang-orang yang memiliki pandangan positif terhadap keuangan dan konsumsi yang bijaksana dan melibatkan pendekatan sosiologis dan upaya untuk mengubah lingkungan sosial dan kebiasaan berbelanja, individu dapat mengurangi perilaku compulsive buying dan mencapai kestabilan finansial serta kesejahteraan mental

