

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, *hedonic shopping motivations* pada mahasiswa penerima KIP Kuliah di Kota Padang paling menonjol pada *value shopping*, yang menggambarkan dorongan memperoleh kesenangan melalui nilai ekonomis seperti harga, diskon, dan promosi. Selanjutnya, *adventure shopping* menunjukkan kesenangan melalui pengalaman baru dalam berbelanja, sedangkan *social shopping* berkaitan dengan kesenangan melalui interaksi dan kebersamaan dengan orang lain. Sementara itu, *idea shopping*, *gratification shopping*, dan *role shopping* berada pada kategori yang lebih rendah, yang menunjukkan bahwa mencari tren, memperoleh kepuasan pribadi, dan berbelanja untuk orang lain relatif kurang menonjol. Dengan demikian, motivasi berbelanja mahasiswa lebih menonjol pada pencarian nilai ekonomis, pengalaman baru, dan interaksi sosial.

Gambaran berdasarkan karakteristik subjek juga menunjukkan adanya variasi *mean* pada setiap kategori *hedonic shopping motivations* berdasarkan usia, jenis kelamin, penerimaan uang saku dari orang tua, pemberi dana tambahan, dan pengeluaran bulanan mahasiswa penerima KIP Kuliah. Meskipun terdapat variasi *mean* pada masing-masing karakteristik, *value shopping* secara umum tetap menjadi kategori yang paling menonjol pada kelompok mahasiswa penerima KIP Kuliah yang dianalisis. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pencarian nilai atau keuntungan dalam aktivitas berbelanja menjadi kecenderungan yang relatif konsisten pada mahasiswa penerima KIP Kuliah dengan karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu, hasil penelitian memberikan gambaran bahwa mahasiswa

penerima KIP Kuliah memiliki bentuk motivasi berbelanja yang beragam, dengan *value shopping* sebagai kategori yang paling menonjol dalam penelitian ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Metodologis

Saran metodologis yang dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang mampu memberikan gambaran mengenai *hedonic shopping motivations* pada mahasiswa penerima KIP Kuliah di Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *value shopping* memiliki kategorisasi tinggi terbesar, yaitu 373 mahasiswa (94,9%), sedangkan *idea shopping* memiliki kategorisasi tinggi paling rendah, yaitu 150 mahasiswa (38,2%). Namun, pendekatan ini belum mampu menjelaskan secara mendalam alasan mahasiswa lebih banyak menunjukkan motivasi *value shopping* dibandingkan kategori lainnya serta bagaimana mahasiswa memaknai aktivitas berbelanja yang dilakukan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode kualitatif untuk menggali pengalaman, alasan, dan konteks yang melatarbelakangi munculnya setiap kategori *hedonic shopping motivations*, terutama *value shopping* dan *idea shopping* sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap temuan penelitian.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variasi pola *hedonic shopping motivations* pada mahasiswa penerima KIP Kuliah, termasuk adanya mahasiswa yang memiliki lebih dari satu kategori dominan secara bersamaan.

Sebanyak 205 mahasiswa (52,16%) memiliki *value shopping* sebagai kategori dominan tunggal, sedangkan mahasiswa lainnya menunjukkan kombinasi beberapa kategori, seperti *value shopping* dan *social shopping* maupun *role shopping* dan *value shopping*. Namun, penelitian ini masih terbatas pada penggambaran pola kategori dan belum menjelaskan kondisi atau faktor yang berkaitan dengan munculnya kombinasi motivasi tersebut. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih lanjut karakteristik atau faktor yang berkaitan dengan munculnya kombinasi kategori *hedonic shopping motivations*, seperti literasi keuangan, *self-control*, pengelolaan keuangan pribadi, maupun lingkungan sosial mahasiswa. Penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keberagaman bentuk *hedonic shopping motivations* pada mahasiswa penerima KIP Kuliah.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran praktis terkait *hedonic shopping motivation* pada mahasiswa penerima KIP Kuliah, yaitu:

1. Penelitian ini menemukan bahwa *value shopping* merupakan kategori yang paling menonjol, dengan 373 mahasiswa (94,9%) berada pada kategori tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pencarian harga, diskon, promosi, atau keuntungan dalam aktivitas berbelanja menjadi bentuk motivasi yang banyak ditemukan pada mahasiswa penerima KIP Kuliah. Berdasarkan temuan tersebut, mahasiswa disarankan untuk tetap mempertimbangkan kebutuhan dan prioritas penggunaan dana meskipun memperoleh penawaran yang dianggap menguntungkan, karena harga yang lebih murah atau adanya diskon tidak

selalu menunjukkan bahwa suatu pembelian merupakan kebutuhan. Mahasiswa juga diharapkan dapat membedakan antara memperoleh keuntungan dari suatu penawaran dengan melakukan pembelian yang sebenarnya tidak diperlukan. Dengan demikian, kemampuan mempertimbangkan kebutuhan sebelum memanfaatkan promosi dapat membantu mahasiswa mengelola pengeluaran secara lebih terencana.

2. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa *adventure shopping*, *social shopping*, *role shopping*, dan *gratification shopping* memiliki proporsi kategori tinggi yang cukup besar, sedangkan *idea shopping* memiliki proporsi kategori tinggi paling rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengalaman menyenangkan, interaksi dengan orang lain, pemberian kepada orang lain, serta kepuasan pribadi dapat menjadi bagian dari pengalaman berbelanja mahasiswa, meskipun tingkat kemunculannya berbeda pada setiap kategori. Bagi perguruan tinggi atau instansi pengelola program KIP Kuliah, disarankan untuk memberikan edukasi mengenai literasi keuangan dan pengelolaan dana yang tidak hanya berfokus pada pencatatan pengeluaran, tetapi juga pada kemampuan mahasiswa dalam mengenali dan mengendalikan pengeluaran yang didorong oleh kesenangan pribadi. Edukasi dapat diberikan melalui sosialisasi mengenai penyusunan prioritas kebutuhan, perencanaan anggaran, serta evaluasi pengeluaran secara berkala. Upaya tersebut diharapkan dapat membantu mahasiswa tetap memperoleh pengalaman sosial dan kesenangan dalam kehidupan sehari-hari tanpa mengabaikan kebutuhan utama selama menjalani pendidikan.