

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Didasarkan pada hasil analisis data pada penelitian ini, pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Konsumtif pada remaja akhir di Kota Banjarmasin, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara signifikan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku konsumtif pada remaja akhir di Kota Banjarmasin sebesar 57%. Hal tersebut terlihat dari skor signifikansi variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku konsumtif yakni senilai  $0,000 < 0,05$  yang memperlihatkan bahwasannya pengajuan  $H_a$  dinyatakan diterima.
2. Tingkat pengaruh diberikan oleh intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap perilaku konsumtif pada remaja akhir di Kota Banjarmasin berada pada kategori sedang. Hal tersebut diketahui dari hasil terdapat 12% berjumlah 18 orang dengan kategori rendah, sebesar 67,3% berjumlah 101 dengan kategori sedang dan terdapat dan kategori tinggi sebesar 20,7% berjumlah 31 orang dalam tingkat intensitas penggunaan media sosial.

3. Tingkat perilaku konsumtif pada remaja akhir di Kota Banjarmasin berada pada kategori sedang. Hal tersebut diketahui dari 11 orang dengan persentase 7,3% masuk dalam kategori rendah, sebesar 60,7% berjumlah 91 orang dengan kategori sedang, dan sebesar 32% berjumlah 48 orang dengan kategori tinggi.

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan didalamnya, oleh karena itu peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurna peneliti selanjutnya yang terkait penelitian serupa yaitu :

1. Untuk remaja akhir, berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar remaja akhir di Kota Banjarmasin memiliki perilaku konsumtif dalam memenuhi kebutuhan secara berlebihan dengan kategori sedang. Oleh karena itu disarankan kepada para remaja akhir hendaknya bisa lebih memperhatikan dalam pembelian tidak hanya didasarkan keinginan saja, namun perlu diperhatikan juga pembelian mana yang menjadi kebutuhan
2. Bagi instansi, yakni UIN Antasari Banjarmasin buku-buku terkait integritas penggunaan media sosial serta perilaku konsumtif agar ditambahkan pada

perpustakaan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora serta pada perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

3. Untuk peneliti selanjutnya, bagi peneliti yang tertarik meneliti perilaku konsumtif pada remaja akhir dapat meneliti faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti gaya hidup, konsep diri atau pendapatan.