

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Frekuensi Menonton Iklan Televisi terhadap Perilaku Konsumtif Anak Sekolah Dasar, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif anak sekolah dasar. Semakin tinggi status sosial orang tua, maka semakin tinggi pula konsumerisme anak.
2. Pengaruh frekuensi menonton iklan televisi terhadap perilaku konsumtif dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua secara parsial terhadap variabel perilaku konsumtif anak sekolah dasar. Semakin tinggi siswa menonton televisi, maka semakin tinggi terpapar adanya iklan yang mempengaruhi konsumerisme anak.
3. Hasil pengujian secara simultan pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan frekuensi menonton iklan televisi terhadap perilaku konsumtif dapat membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ada pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua dan frekuensi menonton iklan televisi secara simultan terhadap perilaku konsumtif anak sekolah dasar.

B. Rekomendasi

Setelah mengambil kesimpulan dari Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Frekuensi Menonton Iklan Televisi terhadap Perilaku Konsumtif Anak Sekolah Dasar, agar lebih baik dimasa mendatang, penulis akan menyampaikan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

1. Untuk orang tua siswa, disarankan lebih mempertimbangkan dalam memberikan uang saku dalam sehari-hari. Orang tua seharusnya dalam memberikan uang saku sesuai dengan porsinya artinya melihat kondisi dan kebutuhan siswa. Siswa kelas 4, 5 dan 6 jika diberi uang saku lebih dari Rp 10.000 setiap harinya cenderung berlebihan. Kemudian orang tua juga senantiasa mengawasi anaknya dalam menonton televisi. Media massa salah satunya televisi merupakan salah satu lingkungan yang mempengaruhi anak. Semakin tinggi anak menonton televisi, cenderung semakin tinggi pula anak akan terpapar iklan yang ada di dalamnya dan dapat memunculkan perilaku konsumtif akibat tayangan iklan.

2. Untuk siswa, disarankan lebih mempertimbangkan manfaat atau kegunaan dalam membeli suatu barang daripada memenuhi keinginannya. Serta memilih teman yang sepadan, memiliki gaya hidup sederhana dan lebih memahami kebutuhan diri sendiri.

3. Untuk peneliti lain, disarankan untuk menambah variabel lain karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya menjelaskan 59,7% yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Serta disarankan untuk memperluas cakupan lokasi penelitian dan metode pengumpulan data penelitian ini hanya menggunakan angket/kuesioner. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah teknik wawancara atau observasi dan menambah jumlah responden yang dijadikan sampel untuk mewakili populasi agar mampu lebih menjelaskan keadaan yang semestinya pada objek dan subjek yang diteliti.

