

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan antara *body image* dan konformitas terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Sumbangan efektif variabel *Body Image* terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau sebesar 8,4%. Pada variabel konformitas terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau diperoleh sebesar 9,4%. Sumbangan efektif secara keseluruhan antara *bodyb image* dan konformitas dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau sebesar 16,7%. Serta 83,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini.
2. Terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara *Body Image* dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Atinya semakin negatif *Body Image* maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif produk kosmetik pada

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mahasiswi Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Aspek *Body image* yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumtif produk kosmetik adalah aspek pengkategorian ukuran tubuh.

3. Terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Artinya, semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Aspek konformitas yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumtif produk kosmetik adalah aspek pengaruh sosial informasional.

## B. Saran

1. Pada mahasiswi

Bagi mahasiswi disarankan untuk mempertahankan dan tetap mengontrol perilaku membeli produk kosmetik agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. cara yang dapat dilakukan adalah dengan mempertahankan body Image dan menjadi pribadi yang mandiri. Menerima diri dengan segala kelebihan dan kekurangannya yang kemudian dikembangkan dengan mengikuti berbagai kegiatan yang dapat memfasilitasi untuk aktualisasi diri.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi. Kemudian, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain diluar penelitian ini, agar sumbangsih yang diberikan dapat lebih besar. Serta peneliti selanjutnya juga dapat mencoba menggunakan variabel-variabel bebas lainnya seperti kosep diri, harga diri, gaya hidup dan lainnya untuk mendapatkan kontribusi yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi.