

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada masa kini berlangsung sangat cepat, khususnya dalam kurun waktu dua puluh tahun terakhir. Akses informasi yang semakin mudah melalui internet memberikan peluang yang lebih luas bagi masyarakat untuk meningkatkan kemampuan diri dan memperluas wawasan pengetahuan (Hendriana, 2023). Selain itu dampak dari kemajuan teknologi digital yaitu dengan maraknya penyebaran informasi yang tidak benar serta penyalahgunaan media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital masyarakat Indonesia masih belum merata, di mana sebagian pengguna mampu mengakses informasi, tetapi belum sepenuhnya memahami risiko dan konsekuensi dari penggunaan media digital (Nurhasanah & Pujiati, 2024).

Salah satu kelompok usia yang paling rentan terhadap perubahan zaman adalah remaja. Fase remaja adalah fase di mana individu mulai memiliki kebebasan yang lebih besar untuk mengekspresikan diri. Selama tahap ini, remaja berusaha menemukan identitas mereka melalui berbagai aspek kehidupan, seperti hubungan interpersonal, pilihan karier, dan keterlibatan dalam kehidupan masyarakat (Papalia, 2014).

Mahasiswa umumnya berusia antara 18 dan 25 tahun, berada dalam fase perkembangan dari akhir masa remaja hingga awal masa dewasa. Selama tahap perkembangan ini, individu menghadapi tugas perkembangan utama

yaitu membangun dan memperkuat keyakinan hidup mereka (Yusuf, 2026). Selama periode ini, individu cenderung memiliki pola pikir yang berorientasi pada eksplorasi diri, mendorong keinginan untuk mencoba dan mencari pengalaman baru. Eksplorasi ini sering mendorong individu untuk memuaskan rasa ingin tahu mereka dalam berbagai aspek kehidupan, seperti pendidikan, karier, dan bidang lainnya (Aristawati, 2021).

Ketika mahasiswa mulai menetap dan mengalami kehidupan di daerah perkotaan, mereka dihadapkan pada pola interaksi sosial yang dapat memengaruhi gaya hidup mereka. Situasi ini mendorong beberapa mahasiswa untuk meniru atau mengadopsi gaya hidup orang lain untuk mendapatkan penerimaan sosial, termasuk kecenderungan untuk mengadopsi gaya hidup hedonistik.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Trimartati, 2014), gaya hidup hedonistik adalah gaya hidup yang berorientasi pada pencarian kesenangan dan kenikmatan. Gaya hidup ini ditandai dengan kecenderungan individu untuk menghabiskan lebih banyak waktu di luar ruangan, menikmati kesenangan dan menikmati suasana kota yang ramai. Dalam konteks mahasiswa hedonisme tercermin dalam berbagai perilaku seperti perilaku konsumsi berlebihan, mengejar tren terbaru, serta mengutamakan penampilan luar untuk mendapatkan pengakuan sosial.

Menurut Susanto, remaja dengan kecenderungan gaya hidup hedonistik cenderung berusaha untuk menyesuaikan diri dengan status sosial tertentu melalui gaya hidup mereka. Adaptasi ini tercermin dalam penggunaan simbol

sosial, seperti pilihan merek tertentu dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk proses adaptasi yang dilakukan oleh sebagian siswa dalam upaya untuk memenuhi dan mempertahankan status sosial mereka dalam lingkungan sosial mereka (Martha et al., 2008).

Tidak hanya dari lingkungan sekitar kehidupan media sosial turut memperkuat kecenderungan gaya hidup ini. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi sarana untuk menampilkan gaya hidup ideal, pencapaian pribadi, serta bentuk-bentuk konsumsi yang dinilai menarik perhatian. Namun perilaku hedonis yang berlebihan pada mahasiswa juga akan berdampak buruk pada mahasiswa itu sendiri contohnya ketidakmampuan menghadapi tuntutan lingkungan yang terus-menerus. Sehingga tidak jarang dari mahasiswa yang berhutang dan pinjol untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu gaya hidup hedonis yang tidak sesuai dengan kemampuan diri seseorang akan membuat seseorang menjadi boros, bersenang-senang dengan dunia gemerlap malam diskotik dll (Tambingon, 2016).

Penelitian oleh Junita Pandan Purbaningrum dkk (2024) terhadap lima mahasiswa pendidikan akutansi Universitas Muhammadiyah Surakarta juga didapatkan hasil bahwa gaya hidup hedonis mahasiswa dapat dilihat dari perilakunya sehari-hari seperti nongkrong di cafe, jalan-jalan di mall, penggunaan media sosial yang berlebihan dan flexing di sosial media, penggunaan barang-barang mewah, dan mengikuti *trend fashion*. Gaya hidup

hedonis mahasiswa akuntansi tersebut dipengaruhi oleh sosial media, pengaruh teman sebaya, modernisasi, dan globalisasi.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Danny Abrianto Dan Vinna Salwa Arani (2021) terhadap mahasiswa ilmu filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan didapatkan hasil bahwa mahasiswa dengan gaya hidup hedonis lebih suka berfoya-foya, selalu menghabiskan waktu nongkrong di cafe, berbelanja, bergabung di komunitas sosial kelas atas, dll. mahasiswa tersebut juga selalu mengikuti trend terbaru seperti fashion dan teknologi, membeli barang bermerek, dan nongkrong di tempat mewah.

Untuk melihat fenomena gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang secara mendalam, peneliti telah melakukan survei data awal melalui kuesioner online terhadap 30 mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh data pada tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Hasil Survei Awal Penelitian**

| No. | Pernyataan                                                                                 | Ya                | Tidak             | Total            |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| 1.  | Saya lebih suka menghabiskan waktu bersama teman-teman saya daripada berdiam diri di rumah | 24 orang<br>80 %  | 6 orang<br>20 %   | 30 orang<br>100% |
| 2.  | Saya lebih suka makan di luar bersama teman-teman daripada di rumah                        | 22 orang<br>73,3% | 8 orang<br>26,7%  | 30 orang<br>100% |
| 3.  | Saya suka menonton film / liburan untuk membahagiakan diri saya sendiri                    | 23 orang<br>76,7% | 7 orang<br>23,3%  | 30 orang<br>100% |
| 4.  | Saya tertarik membeli barang ketika ada diskon / tanggal cantik                            | 25 orang<br>83,3% | 5 orang<br>16,7 % | 30 orang<br>100% |

|    |                                                                                                      |                   |                  |                  |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|------------------|
| 5. | Saya tertarik melakukan kegiatan yang seru dan menyenangkan daripada kegiatan serius dan membosankan | 23 orang<br>76,7% | 7 orang<br>23,3% | 30 orang<br>100% |
| 6. | Saya tertarik melakukan hal-hal yang membuat saya percaya diri dan bahagia                           | 28 orang<br>93,3% | 2 orang<br>6,7%  | 30 orang<br>100% |
| 7. | Saya percaya bahwa hidup harus dinikmati dengan penuh kebahagiaan                                    | 29 orang<br>96,7% | 1 orang<br>3,3%  | 30 orang<br>100% |
| 8. | Menurut saya menjaga penampilan merupakan bagian dari menghargai diri sendiri                        | 26 orang<br>86,7% | 4 orang<br>13,3% | 30 orang<br>100% |
| 9. | Menurut saya berbelanja dan makan-makanan enak merupakan cara saya untuk membahagiakan diri sendiri  | 30 orang<br>100%  | 0 orang<br>0%    | 30 orang<br>100% |
|    | Rata-rata                                                                                            | 85,2%             | 14,8%            | 100%             |

Sumber: *Hasil Kuesioner Online Pada Tanggal 16 Juli 2025*

Berdasarkan hasil *scoring* kuesioner data awal penelitian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menunjukkan ciri gaya hidup hedonis. Sebagian besar responden menyukai aktivitas yang dapat memberikan kesenangan seperti (80%) responden suka menghabiskan waktu bersama teman-teman daripada berdiam diri di rumah, (73,3%) responden lebih suka makan di luar bersama teman-teman daripada di rumah, serta (76,7%) responden memilih menonton atau hiburan yang dapat membahagiakan diri sendiri. Walaupun demikian ada sekitar 20-30% responden yang tidak menyukai aktivitas-aktivitas tersebut. Selain aktivitas, mayoritas responden juga memiliki minat melakukan hal-hal yang sifatnya dapat memberikan kesenangan seperti 83,3% responden tertarik melakukan pembelian ketika ada diskon, 76,7% responden memiliki minat dalam

melakukan kegiatan yang menyenangkan dibandingkan kegiatan yang membosankan, dan 93,3% responden tertarik melakukan hal-hal yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kebahagiaan responden. Sedangkan sebanyak 6,7% hingga 23,3% tidak begitu tertarik dengan hal-hal tersebut.

Selain itu mayoritas responden memiliki opini yang baik tentang kehidupan seperti 96,7% responden memiliki opini bahwa hidup harus dinikmati dengan penuh kebahagiaan, 86,7% responden merasa bahwa salah satu bentuk menghargai diri sendiri adalah dengan menjaga penampilan, serta 100% responden berpendapat bahwa berbelanja dan makan-makanan enak merupakan salah satu cara untuk membahagiakan diri sendiri. Meskipun demikian hanya kurang dari 15% responden yang memiliki pendapat lain tentang diri dan kehidupannya.

Berdasarkan hasil analisis terhadap data awal penelitian, rata-rata sebanyak 85,2% responden menunjukkan sikap yang positif terhadap segala bentuk aktivitas yang dapat memberikan kesenangan pada diri individu. Sedangkan sisanya sebanyak 14,8% tidak begitu memiliki ketertarikan pada hal-hal tersebut. Artinya sebagian besar responden memiliki kecenderungan dalam melakukan aktivitas yang berorientasi pada pencarian kenikmatan dan kepuasan pribadi (hedonisme). Kesenangan tersebut bisa saja berasal dari diri individu sebagai bentuk memanjakan diri sendiri maupun pengaruh dari lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil survei awal penelitian aspek yang paling rendah tingkat gaya hidup hedonisnya adalah aspek aktivitas. Hal ini menunjukkan bahwa

meskipun secara umum gaya hidup hedonis tergolong tinggi, responden tidak sepenuhnya mengekspresikan perilaku hedonis dalam bentuk aktivitas nyata. Dengan kata lain, kecenderungan hedonis lebih banyak terlihat pada minat atau opini dibandingkan pada tindakan konkret. Rendahnya aspek aktivitas dapat mengindikasikan bahwa mahasiswa mungkin memiliki ketertarikan terhadap gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan, namun belum tentu diwujudkan dalam perilaku sehari-hari secara konsisten.

Selain melalui kuesioner data awal penelitian, peneliti juga telah melakukan wawancara kepada dua orang mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang pada 5 agustus 2025. Berikut cuplikan wawancara di bawah ini:

Berdasarkan hasil wawancara IS

*“Saya biasanya hampir setiap malam nongkrong di cafe bersama teman-teman saya walaupun hanya untuk duduk-duduk saja sambil ngopi jika tidak saya merasa suntuk dan bosan jika hanya di kos seharian, palingan jika uang mulai menipis minimal saya ke warnet main PS bareng. Kalau lagi ada uang baru lah paling tidak sekali seminggu saya pergi jalan-jalan sama pacar saya kayak ke bioskop, pasar malam atau sekedar duduk di taplau. Biasanya sih saya dikasih uang sama orang tua saya 300 ribu seminggu itupun kadang tidak cukup untuk keperluan makan, bensin, rokok saya jika uang saya sudah abis nanti saya akan meminta lagi ke orang tua saya dengan dalih untuk keperluan tugas agar saya dikasih uang.”*

Berdasarkan hasil wawancara WH

*“Saya suka belanja, jika saya gabut saya sering liat-liat shopee untuk melihat barang-barang terbaru, jika bagus saya akan membelinya. Saya bosan jika keluar sama teman-teman saya baju saya itu-itu saja. Kalau ada acara penting yang udah direncanakan jauh-jauh hari pasti saya mencari inspirasi outfit dulu di tiktok pasti saya beli baju baru. Saya merasa bahagia dan percaya diri ketika memakai baju yang baru. Jika pakai baju yang itu-itu saja saya merasa tidak percaya diri. Walaupun lemari saya sudah penuh oleh baju-baju saya, namun ketika saya mau pergi saya merasa tidak punya baju. Untuk masalah outfit itu saya harus matching mulai dari sepatunya, tasnya, celananya, sampai jilbabnya pun harus matching. Lagian sekarang di shopee dan tiktok sering ada promo-promo gitu kan untuk barang-barang yang sedang viral terutama pas tanggal cantik pasti banyak diskonnya. Itu makanya saya sering mengoleksi baju atau tas baru yang sedang viral. Kalau*

*untuk skincare karena kulit saya sensitif dan acne prone jadi saya suka mencoba skincare yang sedang viral dan banyak dipakai artis-artis biasanya semakin banyak orang yang memakai skincare tertentu berarti skincarenya bagus.”*

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di atas didapatkan hasil bahwa beberapa mahasiswa tampak gemar nongkrong dan jalan-jalan dan sebagian besar menyatakan bahwa mahasiswa tersebut menyukai aktivitas belanja. Kegiatan tersebut dilakukan tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi barang tersebut. Akan tetapi juga didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk mencari kesenangan semata serta meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa.

Meskipun secara umum mahasiswa UIN IB Padang berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah, namun kenyataannya berbelanja sudah menjadi bagian dari rutinitas dan gaya hidup sebagian mahasiswa Fakultas Ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan untuk tampil menarik dan fashionable menjadi motivasi tersendiri bagi mereka dalam mengalokasikan pengeluaran, bahkan di tengah keterbatasan ekonomi yang ada.

Secara umum, Kotler (1997) menyatakan bahwa gaya hidup hedonis dipengaruhi oleh dua kelompok faktor: faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup berbagai aspek yang berasal dari dalam individu, seperti sikap, pengalaman hidup, kepribadian, konsep diri, motif, harga diri, dan persepsi. Sementara itu, faktor eksternal mencakup pengaruh lingkungan di luar individu, termasuk keluarga, kelas sosial, budaya, dan kelompok referensi.

Harga diri mengacu pada sejauh mana individu memandang dan menilai diri mereka sendiri sebagai berharga, mampu, dan layak dihormati oleh orang lain. Harga diri juga dapat dipahami sebagai proses evaluasi diri individu, yang mencakup penilaian diri positif dan negatif (Santrock, 2003). Coopersmith (1967) menjelaskan bahwa harga diri adalah penilaian individu terhadap diri mereka sendiri, yang terbentuk melalui interaksi dengan lingkungan mereka dan perlakuan yang mereka terima dari orang-orang di sekitar mereka.

Harga diri terbentuk melalui dua proses psikologis utama: proses evaluatif yang melibatkan kognisi, dan proses afektif yang menekankan perasaan individu (Mruk, 2006). Individu dengan harga diri tinggi cenderung lebih aktif, merasa nyaman di lingkungannya, dan mampu membangun hubungan sosial yang efektif. Sebaliknya, individu dengan harga diri rendah umumnya menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih rendah, merasa tertekan oleh kelompok sosial, dan kurang berpartisipasi dalam lingkungan sosial mereka. Kondisi ini membuat individu dengan harga diri rendah lebih rentan terhadap pengaruh gaya hidup hedonistik dalam upaya untuk mendapatkan pengakuan dan penerimaan dari teman sebaya dan kelompok sosial mereka. Sementara itu, individu dengan harga diri tinggi cenderung memiliki keterampilan adaptasi sosial yang lebih baik, memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan lingkungan mereka tanpa harus mengikuti atau dipengaruhi oleh pola gaya hidup hedonistik yang berlaku (Martha & Setyawan, 2010).

Dalam konteks mahasiswa, harga diri dapat sangat dipengaruhi oleh interaksi di dunia maya. Ketika harga diri bergantung pada validasi eksternal ini, maka kecenderungan untuk mengadopsi gaya hidup hedonis guna mendapatkan penerimaan sosial menjadi semakin kuat.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga diri memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis. Individu dengan harga diri rendah cenderung menggunakan konsumsi sebagai sarana kompensasi untuk meningkatkan rasa percaya diri, sementara individu dengan harga diri tinggi lebih mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya.

Penelitian oleh yuliasinta dan triana noor edwina (2017) terhadap mahasiswa mercu buana yogyakarta mendapatkan hasil bahwa harga diri dengan segala aspek yang terkandung di dalamnya memberikan kontribusi terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa sehingga mahasiswa dengan harga diri yang rendah akan mudah terpengaruh oleh mahasiswa dengan harga diri yang tinggi termasuk gaya hidup.

Studi lain yang dilakukan oleh Teguh Lesmana dan Rudi Santoso pada mahasiswa yang mengonsumsi Starbucks di Jakarta menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat gaya hidup hedonistik yang tinggi cenderung memiliki evaluasi diri yang kurang positif. Temuan ini menunjukkan bahwa kecenderungan mengonsumsi kopi yang didorong oleh gaya hidup hedonistik dipengaruhi oleh tingkat harga diri mahasiswa.

Dalam konteks ini, pemahaman tentang hubungan antara harga diri dan kecenderungan gaya hidup hedonis menjadi penting, terutama untuk mengembangkan strategi intervensi yang efektif dalam membentuk gaya hidup generasi muda yang lebih sehat, seimbang, dan berorientasi pada tujuan jangka panjang. Selain itu, memahami hubungan antara harga diri dan gaya hidup hedonis juga dapat memberikan kontribusi pada bidang pendidikan karakter, pengembangan diri, dan psikologi perkembangan.

Berangkat dari fenomena ini, perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam mengenai sejauh mana hubungan antara *self-esteem* terhadap gaya hidup hedonis pada mahasiswa. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika psikologis yang melatarbelakangi perilaku konsumtif generasi ini.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik meneliti mengenai **“Hubungan Antara *Self-Esteem* Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang ”**

## **B. Rumusan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan terumuskan, maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah “apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang?

### C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah maka yang akan menjadi batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apa kategori *self-esteem* mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang?
2. Apa kategori gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang?
3. Apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang?

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kategori *self-esteem* mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
2. Untuk mengetahui kategori gaya hidup hedonis mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara *self-esteem* dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang

## E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

### 1. Secara teoritis

Dengan mengidentifikasi dan memahami hubungan antara harga diri dan gaya hidup hedonistik di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Imam Bonjol Padang, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang relevan mengenai fenomena tersebut. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan studi dan diskusi dalam pengembangan penelitian pada topik serupa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengayaan pengetahuan di bidang psikologi, khususnya psikologi sosial, serta disiplin ilmu lain yang berkaitan dengan studi hubungan antara harga diri dan gaya hidup hedonistik di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Imam Bonjol Padang.

### 2. Secara Praktis

#### a. Bagi orang tua

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi orang tua dan pendidik dalam memberikan pemahaman kepada anak dengan gaya hidup hedonis serta dapat meningkatkan harga diri anak agar anak dapat dengan bebas mengekspresikan diri maupun bersosialisasi berdasarkan nilai moral yang ada dan agar anak tidak mudah terjerumus kedalam gaya hidup hedonis tersebut.

b. Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan yang positif serta dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam penelitian yang berhubungan dengan harga diri dan gaya hidup hedonis pada mahasiswa.

## **F. Sistematika Penulisan**

Agar lebih mudah dipahami, karya tulis ini disusun atas lima bab, dengan tujuan agar mempunyai suatu susunan yang sistematis, dapat memudahkan untuk mengetahui hubungan antara bab yang satu dengan bab yang lain sebagai suatu rangkaian yang konsisten. Adapun sistematika yang dimaksud adalah:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan harga diri dan gaya hidup hedonis, serta dinamika hubungan antara harga diri dengan gaya hidup hedonis, penelitian yang relevan, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Metodologi penelitian terdiri dari penjelasan mengenai jenis penelitian yang digunakan, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional, populasi dan

sampel, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Berisi tentang gambaran subjek penelitian, pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, hasil penelitian, pembahasan mengenai hubungan *self-esteem* dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

#### **BAB V : PENUTUP**

Merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran dari penulis untuk penelitian.

