

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai pengaruh kenaikan harga rokok dan uang saku terhadap perilaku konsumsi rokok pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan angkatan 2021, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kenaikan harga rokok berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi rokok mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan angkatan 2021. Hasil regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan harga rokok memiliki pengaruh positif dan signifikan pada konsumsi rokok mahasiswa. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan harga akan meningkatkan konsumsi rokok mahasiswa. Dari hasil kuesioner yang disebar, mahasiswa lebih memilih untuk mengurangi pengeluaran di bidang lain agar tetap bisa mengonsumsi rokok.
2. Variabel uang saku berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumsi rokok mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan angkatan 2021. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan dari variabel uang saku lebih besar dari nilai $\alpha=0,05$. Hal ini berarti bahwa mahasiswa dengan uang saku yang lebih tinggi akan menurunkan tingkat konsumsi rokok. Dari hasil kuesioner yang disebar, mahasiswa dengan uang saku yang tinggi lebih memilih untuk mengurangi bahkan berhenti merokok.

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan angkatan 2021, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasi untuk populasi yang lebih luas.
2. Analisis dalam penelitian ini hanya mencakup pengaruh kenaikan harga dan uang saku sehingga kurang spesifik dalam menggambarkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi rokok.

5.3 Saran

Dengan kesimpulan dan keterbatasan yang telah dijelaskan, berikut beberapa saran yang direkomendasikan:

1. Peneliti berikutnya diharapkan dapat menambahkan jumlah dan kriteria sampel dengan harapan penelitian akan lebih representatif dan mencakup perilaku konsumsi rokok di kalangan yang lebih luas.
2. Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lainnya seperti pengaruh iklan bahaya merokok, pengaruh usia, dan lain-lain agar dapat meningkatkan kualitas penelitian.