

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji, dan membuktikan pengaruh penggunaan *e-commerce* shopee, *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *e-commerce* Shopee berkontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin sering mahasiswa menggunakan *e-commerce* Shopee, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berbelanja secara konsumtif. Temuan ini mendukung hasil penelitian terdahulu dan sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, yang berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu sejauh mana mahasiswa merasa memiliki kemampuan atau kemudahan dalam melakukan perilaku belanja tersebut. Ketika kontrol diri lemah dan akses terhadap *e-commerce* sangat mudah, kecenderungan konsumtif pun meningkat. Dengan demikian, penggunaan *e-commerce* secara signifikan mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
2. Penggunaan *digital payment* tidak berkontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif saja tidak cukup untuk membentuk perilaku konsumtif tanpa dukungan norma sosial dan kontrol perilaku yang rendah. Mahasiswa dengan kontrol diri yang baik dan lingkungan sosial yang tidak mendorong konsumsi cenderung

tidak terpengaruh oleh kemudahan teknologi. Oleh karena itu, faktor psikologis sosial, dan keluarga tetap menjadi penentu utama dalam pembentukan perilaku konsumtif mahasiswa, lebih dari sekadar kemudahan penggunaan *digital payment* itu sendiri.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki beberapa keterbatasan untuk dijadikan bahan pertimbangan oleh peneliti selanjutnya agar memperoleh hasil yang lebih baik. Adapun keterbatasan pada peneliti ini diantaranya:

1. Penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpulan data memiliki potensi menghasilkan bias, baik karena perbedaan interpretasi oleh responden maupun keterbatasannya dalam menggali makna yang lebih mendalam dari jawaban yang diberikan.
2. Penelitian ini belum secara komprehensif mengeksplorasi jenis pembelajaran atau media edukatif yang paling efektif dalam meningkatkan pemahaman dan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, belum dapat ditentukan pendekatan edukatif yang paling sesuai untuk diterapkan.
3. Hasil yang menunjukkan bahwa digital payment tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mengindikasikan adanya faktor lain yang belum diteliti lebih lanjut. Studi ini belum mencakup pendekatan dari sisi psikologis, sosial, maupun kontrol diri, yang kemungkinan lebih berperan dalam memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa.

4. Penelitian ini belum secara langsung menilai dampak dari integrasi materi tentang *e-commerce* dan *digital payment* dalam kurikulum atau aktivitas mahasiswa terhadap perilaku konsumtif mereka, sehingga efektivitas pendekatan tersebut masih belum dapat disimpulkan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengurangi potensi bias dari penggunaan kuesioner, disarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan metode campuran (*mixed methods*), seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok terfokus (FGD), guna memperoleh pemahaman yang lebih kaya dan mendalam mengenai persepsi serta motivasi konsumtif mahasiswa.
2. Penelitian lanjutan perlu menggali lebih jauh mengenai bentuk pembelajaran atau media edukatif yang efektif untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswa, seperti penggunaan modul interaktif, simulasi keuangan, atau kampanye digital yang relevan dengan gaya hidup mahasiswa.
3. Mengingat penggunaan *digital payment* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, maka penting bagi penelitian berikutnya untuk mempertimbangkan variabel lain seperti faktor psikologis (misalnya impulsivitas), sosial (pengaruh teman sebaya), serta kontrol diri, yang kemungkinan lebih memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa.

4. Disarankan untuk mengembangkan dan mengevaluasi program pembelajaran yang mengintegrasikan materi mengenai e-commerce dan digital payment dalam kurikulum atau kegiatan organisasi mahasiswa, agar dapat dilihat secara langsung dampaknya terhadap kesadaran dan pengendalian perilaku konsumtif mahasiswa.