

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran shopeepaylater (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai t sebesar  $5.155 >$  nilai t tabel yaitu  $1.65622$ , maka hipotesis pertama  $H_0$  ditolak.
2. Berdasarkan uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa variabel promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai t sebesar  $3.257 > 1.65622$ , maka hipotesis kedua  $H_0$  ditolak.
3. Berdasarkan uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga (X3) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai t sebesar  $1.136 <$  nilai t tabel yaitu  $1.65622$ , maka hipotesis ketiga  $H_0$  ditolak.
4. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran shopeepaylater, promosi, dan harga secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dikarenakan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ , maka hipotesis keempat  $H_0$  ditolak.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dan pembahasan, maka ada saran peneliti untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa ini yaitu:

1. Karena banyaknya pengguna aplikasi shopee maka shopee harus meningkatkan keamanan fitur shopeepaylater agar konsumen tidak ragu berbelanja menggunakan sistem pembayaran shopeepaylater.
2. Banyaknya bentuk promosi yang dilakukan oleh shopee. Ada beberapa bentuk promosi yang kurang diminati oleh konsumen yaitu salah satunya fitur shopeelive. Diharapkan shopee lebih meningkatkan fitur shopeelive agar konsumen dapat mengetahui detail produk yang dijual.
3. Harga yang diberikan shopee sangat bervariasi tergantung barang yang dijual. Hal ini menyebabkan shopee harus beradaptasi dengan kemampuan berbelanja konsumen untuk mengembangkan harga yang sesuai.
4. Perilaku konsumtif seringkali untuk menjaga penampilan diri dan merasa paling baik. Ini menunjukkan bahwa orang yang berbelanja di shopee tidak terlalu memperhatikan hal ini sehingga peneliti selanjutnya harus lebih mengembangkan variabel perilaku konsumtif sehingga meningkatkan pencapaian bagi objek yang diteliti.