

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu terdapat perbedaan perilaku konsumtif ibu rumah tangga sebelum dan sesudah menggunakan *marketplace* di Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek, indikator perilaku konsumtif yang memiliki nilai tertinggi yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah (label “Beli 1 Gratis 1”) sesudah menggunakan *marketplace*. Perbedaan perilaku konsumtif ibu rumah tangga sebelum dan sesudah menggunakan *marketplace* juga dapat dilihat dari nilai rata-rata perilaku konsumtif ibu rumah tangga sebelum menggunakan *marketplace* lebih kecil dibandingkan perilaku konsumtif ibu rumah tangga sesudah menggunakan *marketplace* dengan nilai rata-rata 26,6491 (sebelum) dan 28,0351 (sesudah).

#### **B. Saran-Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut adalah beberapa saran dari peneliti:

1. Peneliti berharap bahwa dengan kemunculan *marketplace* yang menawarkan berbagai macam kemudahan, para konsumen terkhusus ibu rumah tangga di Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek bisa bijak dalam mengeluarkan uang untuk berbelanja, harus mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan semata.
2. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berguna khususnya bagi mahasiswa program studi Ekonomi Syariah UIN SMH Banten, yang hendak melakukan penelitian berkaitan dengan perilaku konsumtif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, perlu dikajinya faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif ibu rumah tangga baik di Kampung Pasir Sawo Kecamatan Kresek ataupun ditempat penelitian yang lainnya.