

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa “Pengaruh Penggunaan *Paylater* dan *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (studi pada mahasiswa perguruan tinggi di kabupaten/kota Serang) adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *paylater* (X_1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa perguruan tinggi di kabupaten/kota Serang dengan nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 kurang dari 0,05.
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *mobile banking* (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa perguruan tinggi di kabupaten/kota Serang dengan nilai signifikansi sebesar 0,738 yang lebih besar dari 0,05.
3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk penggunaan *paylater* (X_1) dan *mobile banking* (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel *paylater* (X_1) dan *mobile banking* (X_2) secara simultan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Variabel dalam penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu variabel *paylater* (X_1) dan variabel *mobile banking* (X_2).
2. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pada perguruan tinggi di kabupaten/kota Serang.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya terbatas pada variabel *paylater* dan *mobile banking*, tetapi dapat menambah variabel lainnya yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, seperti variabel literasi keuangan, gaya hidup atau yang lainnya.
2. Penelitian selanjutnya dapat meneliti objek yang lainnya seperti komunitas mahasiswa daerah atau tenaga kependidikan.

Mahasiswa sebaiknya mempertimbangkan baik-baik antara kebutuhan dan keinginan. Penting bagi mahasiswa untuk mempertimbangkan kondisi finansial sebelum bertransaksi, terutama mengingat kemudahan yang diberikan oleh teknologi pembayaran *digital*, juga lebih bijak lagi dalam menggunakan *mobile payment* serta mampu membedakan antara kebutuhan pokok atau hanya sekedar keinginan. Dengan demikian, perilaku konsumtif dan kecenderungan berlebihan dalam belanja *online* dapat dikurangi.