

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang didapatkan dalam penelitian ini, skripsi yang berjudul pengaruh *e-commerce* dan upah terhadap perilaku konsumsi buruh pabrik (studi kasus buruh pabrik di Desa Bakung, Kecamatan Cikande, Serang-Banten) sesuai dengan rumusan masalah dan berdasarkan analisis data dengan menggunakan IBM SPSS Statistic 23 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dapat dilihat dari bahwa t hitung untuk variabel *e-commerce* (X1) terhadap perilaku konsumsi menunjukkan nilai 1,620 dan akan dibandingkan dengan nilai t tabel yang mempunyai taraf kesalahan ($\alpha = 5\%$) dan derajat kebebasan atau $df = n - k - 1$, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,620 < 1,986$) dan memiliki tingkat signifikansi 0,109, berarti tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 ($0,109 > 0,05$). Dengan demikian bahwa

- e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi.
2. Untuk variabel upah (X_2) terhadap perilaku konsumsi, t hitung menunjukkan nilai 7,370 dan akan dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu sebesar 1,986, yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($7,370 > 1,986$). Pada tabel signifikansi bernilai 0,000, yang artinya tingkat signifikansi lebih kecil dari pada 0,05, oleh karena itu H_0 ditolak dan Hipotesis (H_a) diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan berarti upah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi.
 3. F hitung untuk *e-commerce* dan upah menunjukkan nilai sebesar 30,251 dengan signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai F hitung $>$ F tabel ($30,251 > 3,09$), dengan nilai k ; $n-k = 2$; $97-2 = 95$. Didapat nilai t tabel sebesar 3,09. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* dan upah secara simulatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi.

4. Sementara hasil koefesine korelasi (R) sebesar 0,626 yang berarti tingkat hubungan antara variabel *e-commerce* dan upah terhadap perilaku konsumsi kuat, karena berada dalam interval (0,600-0,800). Sedangkan hasil koefesien determinasi (R^2) sebesar 0,392. Hal ini berarti variabel *e-commerce* dan upah dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi yaitu 39,2% sedangkan sisanya 60,8% ($100\% - 39,2\% = 60,8\%$) dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain.

B. Saran

Adapun beberapa manfaat atau saran dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya terkait dengan *e-commerce* dan upah serta perilaku konsumsi bagi masyarakat. Sehingga dapat mengambil hikmah dari penelitian ini.

2. Bagi Masyarakat atau konsumen

Diharapkan dijadikan sebagai masukan khususnya buruh pabrik agar dapat menerapkan perilaku konsumsi yang sederhana dan menghindari perilaku yang konsumtif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian yang akan datang semoga penelitian ini dapat menambah data dan informasi, dan untuk kedepannya diharapkan lebih baik lagi. Dapat mencari fakta-fakta lain tentang pengaruh *e-commerce* dan upah terhadap perilaku konsumsi sehingga terdapat pengaruh yang kuat antar variabel.