

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat dikatakan kesimpulan jawaban dari perumusan masalah yaitu, pada uji T diketahui bahwa penggunaan *Shopee PayLater* (X) memiliki nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat dijelaskan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying* (Y) mahasiswa Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang dengan koefisien regresi t hitung 3,212 dan t tabel 2,0106 dengan signifikansi $0,002 < 0,05$. Pada uji koefisien determinasi didapatkan 0,177 yang artinya penggunaan *Shopee PayLater* (X) berpengaruh kepada *Impulse Buying* (Y) mahasiswa Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang sebesar 0,177 dan sisanya dipengaruhi oleh hal lain.

B. Saran

1) Bagi Mahasiswa

Diharapkan mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan *Shopee PayLater* dan lebih mempertimbangkan kebutuhan daripada keinginan agar tidak terjebak dalam pola konsumtif yang berlebihan.

2) Bagi Pihak Kampus

Perlu adanya edukasi terkait literasi keuangan dan prinsip syariah dalam bertransaksi digital karena minimnya pemahaman akan manajemen keuangan dapat menyebabkan mahasiswa terjatuh dalam utang konsumtif,

agar mahasiswa lebih memahami implikasi dari penggunaan layanan kredit berbasis digital.

3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas cakupan responden atau menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan faktor psikologis dalam perilaku konsumtif mahasiswa.



DAFTAR PUSTAKA

- “[Spaylater - limit & aktivasi] apa itu spaylater__pusat bantuan shopee id,” n.d.
- Alfinatu nikmah dan, and sri setyo iriani. “pengaruh kemudahan dan manfaat penggunaan shopee paylater terhadap perilaku impulse buying” 9, no. 16 (2023): 8–21.
- Asiva noor rachmayani. “buku ajar statistik dasar,” 2015, 6.
- Batubara, maryam, mahlia putri, and miftah rizki addin hrp. “pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna ecommerce shopee (studi kasus pada mahasiswa febi uin sumatera utara).” *Jurnal masharif al-syariah: jurnal ekonomi dan perbankan syariah* 9, no. 1 (2024): 1–8.
- Dr. Imam machali, m.pd. *Metode penelitian kuantitatif*, n.d.
- Exnasiyah yahmini. “kecenderungan impulse buying pada mahasiswa ditinjau dari latar belakang keluarga (studi kasus mahasiswa di lima universitas di yogyakarta)” 02, no. 01 (2019): 41–56.
- Fadly syahputra, m. “analysis hedonic shopping lifestyle and e-impulse buying for shopee platform users.” *Jurnal bisnis dan manajemen* 10, no. 2 (2023): 273–82. [Http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm](http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm).
- Fajrussalam, hisny, devi hartiani, dini anggraeni, ine malida, nina merliana, rifka laelatul ropiah, universitas pendidikan indonesia, and kampus purwakarta. “analisis pembayaran paylater dalam aplikasi shopee menurut perspektif islam” 6, no. 2 (2022): 265–90.
- Fradani, ayis crusma, ari indriani, fakultas pendidikan, and ilmu pengetahuan. “*korespondensi penulis. E-mail:,” n.d., 489–94.
- Handayani. “bab iii metode penelitian.” *Suparyanto dan rosad* (2015 5, no. 3 (2020): 248–53.
- Harahap, dedy ansari, universitas islam bandung, dita amanah, and universitas pendidikan indonesia. “memahami impulsif buying dalam proses keputusan pembelian konsumen,” no. March (2022). <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>.
- Iii, b a b. “metode discovery .,” 2016, 18–31.
- Ilmiah, jurnal. “non tunai dalam menyumbang,” 2017.
- Indartini, mintarti, and mutmainah. *Analisis data kuantitatif uji instrumen, uji asumsi klasik, korelasi dan regresi linier berganda*, n.d.
- Ir. S. Benny pasaribu, m.ec., ph.d, dr. Aty herawati, m.si dr. Kabul wahyu utomo, and ph.d rizqon halal syah aji, m.si. *Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis*, n.d.
- Jannah, karimuddin abdullah misbahul, ummul aiman, suryadin hasda, zahara fadilla, taqwin masita ketut ngurah ardiawan, and meilida eka sari. *Metodologi penelitian kuantitatif metodologi penelitian kuantitatif. Metodologi penelitian kuantitatif*, 2017.
- Julita, elpa, idwal b, and herlina yustati. “pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim.” *Jurnal ilmiah ekonomi islam* 8, no. 3 (2022): 2953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>.
- Kajian, jurnal. “sistem shopee paylater pembayaran jual beli online menurut

- pandangan alquran (studi analisis penafsiran salsa divi zianka¹ munandar² , farid adnir³ ilmu al-qur ' an dan tafsir , universitas islam negeri sumatera utara email : salsadivizianka03@gmail.com ” 3, no. 2 (2024).
- Kartika sandra, dewi, and cindi audia fithrotunisa. “perilaku impulse buying terhadap layanan spaylater dan gratis ongkir sebagai strategi marketing shopee.” *Jurnal riset pendidikan ekonomi* 8, no. 2 (2023): 188–98. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8680>.
- Manajemen, jurnal, and ekonomi bisnis vol. “penggunaan shopee paylater dalam ekonomi islam friska fadhila universitas islam negeri sultan thaha syaifudin jambi” 3, no. 2 (2023): 286–307.
- Maulana, roby irzal. “promosi dan store atmosphere terhadap shopping emotion dan impulse buying.” *Jurnal ecode mica* 2, no. 2 (2018): 213–25. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/3956/2495>.
- Medica, politeknik, farma husada, jumari ustiaty, politechnic medica, farma husada, helmina andriani, dhika juliana sukmana, and universitas gadjah mada. *Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif*, 2020.
- Nurliyani, hani, and fauziah safarina. “buku seri praktikum e-commerce.” *Laboratorium manajemen menengah litbang*, no. 1 (2015): 1–46.
- Ph.d. Ummul aiman, s.pd. Dr. Karimuddin abdullah s.hi. M.a. Ciqnr misbahul jannah m.pd., m.pd. Zahara fadilla suryadin hasda, m.pd.i. Ns. Taqwin s.kep. M.kes. Masita, and m.pd.mat ketut ngurah ardiawan m.pd. Meilida eka sari. *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan penerbit muhammad zaini, 2022.
- Purwanto, edi. “technology adoption a conceptual framework model konseptual minat penggunaan e-wallet: technology acceptance model(tam),” 2020. www.philpublishing.com.
- Ragam analisis data penelitian (sastra, riset dan pengembangan)*, n.d.
- Rahima, phyta. “pengaruh fitur shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas mataram” 4, no. 1 (2022): 39–50.
- Religiusitas, pengaruh, and penanganan keluhan konsumen. “religiolisty, risk, handling consumer complaints, use shopee playlater, interest” 9, no. 3 (2022): 1544–60.
- Rika widianita, dkk. “pengaruh kemudahan penggunaan dan hedonic shopping motivation terhadap impulse buying pengguna shopee paylater surakarta.” *At-tawassuth: jurnal ekonomi islam* viii, no. I (2023): 1–19.
- Shelemo, asmamaw alemayehu. “pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopee paylater terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa esy iai metro angkatan 2019.” *Nucl. Phys.* 13, no. 1 (2023): 104–16.
- Shopee. “[spaylater - limit & aktivasi] apa itu spaylater_ _ pusat bantuan shopee id,” n.d.
- “sistem pembayaran & pengelolaan uang rupiah,” n.d.
- Syafrida hafni sahir. *Metodologi penelitian*, 2022.
- Utami, metta ria, meriyati meriyati, and havis aravik. “pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopee paylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat kecamatan ilir barat ii kota palembang serta pandangan perspektif ekonomi islam terhadapnya.” *Jurnal ilmiah mahasiswa perbankan syariah (jimpa)* 3, no. 2 (2023): 269–82. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.235>.

- Wardhana, aditya. *Teknik pengumpulan data penelitian*, 2024.
- Wicaksono, soetam rizky. *Teori dasar technology acceptance model*, 2022. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>.
- Wijaya, ermy, and yeni oktarina. “faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying pada hodshop bengkulu.” *Ekombis review: jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis* 7, no. 1 (2019): 10–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>.
- Yonatan, agnes z. “pengguna paylater indonesia tumbuh 17 kali lipat dalam 5 tahun terakhir.” *Goodstats*, 2024. <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355vl>.
- Yulinda, ade tiara, rike rahmawati, and heldi sahaputra. “pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying (studi kasus pada konsumen toko mantan karyawan kota bengkulu).” *Ekombis review: jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis* 10, no. 2 (2022): 1315–26. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2456>.
- Zuliyansah, zuliyansah, pipit yuspira, and sanusi gazali pane. “pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.” *Motekar: jurnal multidisiplin teknologi dan arsitektur* 2, no. 1 (2024): 31–43. <https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2115>.

