

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban atas perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *e-commerce shopee* memiliki pengaruh terhadap perubahan pola konsumsi pada masyarakat Nagari Pianggu, Kabupaten Solok, hal tersebut terlihat dari hasil uji *path coefficient* sebesar 0,519. Nilai *T-statistic* sebesar $8,705 > 1,96$ serta nilai *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa pengaruh tersebut sangat signifikan secara statistik.

Temuan ini membuktikan bahwa keberadaan *e-commerce shopee* telah memberikan dampak nyata terhadap masyarakat Nagari Pianggu. Masyarakat mulai beralih dari pola konsumsi tradisional menuju pola konsumsi modern yang berbasis digital. Perubahan ini mencerminkan bahwa masyarakat Pianggu semakin terbuka dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini menjadi indikator bahwa masyarakat pedesaan saat ini tidak lagi terisolasi dari arus digitalisasi, melainkan telah menjadi bagian dari transformasi gaya hidup dan perilaku konsumsi di era modern.

B. Saran

Merujuk pada hasil kesimpulan yang telah diperoleh, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat dijadikan pertimbangan serta memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan ilmiah bagi akademisi dan peneliti yang berminat mengembangkan studi pada bidang yang sejenis. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas ruang lingkup kajian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi. Selain itu, pengembangan studi ini juga dapat dilakukan dengan menerapkan metode yang berbeda atau memperluas jumlah serta keberagaman populasi agar memperoleh hasil yang lebih representatif dan mendalam.

2. Bagi Pihak Shopee

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada pihak *shopee* untuk terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi antarmuka yang ramah bagi pengguna baru, khususnya bagi masyarakat pedesaan. Selain itu, untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan dari pelanggan. *Shopee* perlu memperketat pengawasan terhadap penjual, menjamin transparansi informasi produk, serta menyediakan sistem layanan pengaduan yang responsif. Dalam hal harga dan promosi. *Shopee* diharapkan agar dapat menyusun strategi promosi yang tidak

hanya berfokus kepada harga, tetapi juga edukatif agar tidak mendorong terjadinya perilaku konsumtif yang berlebihan. Terakhir, kecepatan dalam pengiriman barang perlu ditingkatkan melalui kerja sama yang lebih intensif dengan mitra logistik, guna memastikan keterjangkauan layanan hingga ke wilayah-wilayah pedesaan yang terpencil.

3. Bagi pengguna

Bagi para pengguna atau konsumen, khususnya masyarakat di wilayah pedesaan seperti di Nagari Pianggu, disarankan agar dapat memanfaatkan aplikasi *shopee* secara bijak dengan meningkatkan literasi digital, kemampuan dalam membedakan kebutuhan, dan keinginan sebelum melakukan pembelian. Konsumen diharapkan agar tidak terpengaruh secara impulsif oleh promosi, diskon, maupun ulasan semata. Melainkan mempertimbangkan aspek manfaat, anggaran dan urgensi dalam berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Ainy, Zuhria Nurul. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon." *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 4, no. 2 (2020).
- Accounting. "Memahami Validitas Diskriminan (Discriminant Validity) Dalam Penelitian Ilmiah." Binus University School Of Accounting. Accessed June 17, 2025.
- Agista, Shela. "Pengaruh Game Online, E-Commerce Shopee, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Generasi Z Di Desa Sumberrejo, Batanghari, Lampung Timur," 2023, 53–54.
- Ahdiat, Adi. "Jumlah Pengunjung Situs Shopee, Tokopedia, Lazada, Dan Blibli Februari 2025." databoks, 2025. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67cec696894e9/jumlah-pengunjung-situs-shopee-tokopedia-lazada-dan-blibli-februari-2025>.
- Alfiko Pramudiyana, Jefri. "Pengaruh Cashback Dan Diskon Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa IAIN METRO Prodi Ekonomi Syariah," 2016, 1–23.
- Ali Umar dan Suarni Norawati, "Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Pada Upt Sungai Duku Pekanbaru," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, No.1 Vol 5, (2022), h.847.
- Ascasaputra Aditya, dkk., "Analisis Pembelian Impulsif Pada Marketplace Pada Masa Pandemi Covid 19." *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* ISSN 17, no. 2 (2022).
- Benny S. Pasaribu, Dkk. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN, 2022.
- Cahya, Saat Tik Bagus. "Fenomena Belanja Online Di Masyarakat Pedesaan (Studi Kasus Ibu-Ibu Masyarakat Desa Bringinwareng)," 2022.
- Cahyani Anisa Dwi, dkk., "Analisis Strategi Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Berbasis Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung," no. 4 (2024).
- Darmanah, Garaika. *Metodologi Penelitian. Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*. Vol. 44, 2019.
- DewiLestari. "Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Onlp." *Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop*, 2021, 1–90.

- Duryadi. *Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan SmartPLS*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik. Vol. 7, 2021.
- Epriliani, Novita. “Motivasi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kaos Khas Kediri Khas Kediri Perspektif Konsumsi Islan (Studi Kasus Di Kaos Gaplek Kediri),” 2016, 1–23.
- Fadya Naftha Deyana. “Analisis Peningkatan Pola Konsumsi Masyarakat Menengah Kebawah Pada Masyarakat Penerima Program Bantuan Langsung Tunai (BLT) Menurut Perspektif Ekonomi Islam.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* VIII, no. I (2023): 1–19.
- Faizah, Ainun. “Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya (Dalam Tinjauan Teori McDonaldisasi George Ritzer),” 2020.
- Harahap, Ahmad Syarifuddin. *Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin Di Kecamatan Sugai Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan Provinsi Sumatera Utara*, 2021.
- Hildawati, dkk,. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa*, 2024.
- Huda, Miftahul, dkk,. “Pemanfaatan Literasi Digital Melalui Pegelolaan Website Dan Media Sosial Desa Menuju Desa Go Digital.” *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* 7, no. 1 (2024).
- Indartini Mutmainah, Minarti. *Aanalisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*. Vol. 14, 2024.
- Joseph Franklin Hair, dkk,. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, (Los Angles, SAGE Publications, 2017), h.121.
- Jozuna, Alfian Erdi, and Citra Dewi Kusuma. “Pengaruh Delivery Speed, Shipment Tracking, Dan Trust Dalam Menciptakan Attitude Shopee Express Dan Niat Pembelian Online Di Shopee.” *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 6333–45.
- Kodratur, Rahman. “Pengaruh Pendapatan Dan Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Tingkat Konsumsi Petani Bawang Merah Di Nagari Aie Dingin Kabupaten Solok Harga Sebagai Variabel Moderasi,” 2024, 1–23.
- Kurniawan, Agung Widhi, and Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2016.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*, 2021.
- Majdu Arimi, Nisa. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.” *Ngiup.Com*, 2024.

- Mashis Batinuha Musyahadah, dkk., “Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan.” *Mu’ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1, no. 2 (2023).
- Mu’jizah Faridatul, dkk., “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Shopee.” *Prosiding Seminar Nasional Dan Call Paper STIE Widya Wiwaha* 1 (2023): 181–98.
- Muhebby. “Konsumerisme Pada Pola Konsumsi Di Kalangan Mahasiswi IAIN JEMBER,” 2020.
- Mujahidin, Irfan, and Hadi Susilo. “Transaksi E-Commerce (Jual Beli Online) Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.” *International Journal Mathla’ul Anwar of Halal Issues* 3, no. 1 (2023): 78–89.
- Muthya Shafa Pradika. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Sopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi),” 2016, 1–23.
- Nabila, Naylul, Roro Aditya Novi Wardhani, and Nike Norma Epriliyana. “Pengaruh Diskon Dan Cashback Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Aplikasi Shopeefood Di Wilayah Kabupaten Jember” 7, no. 1 (2025): 1–13.
- Nadiansyah, dkk., “Analisis Strategi Promosi E-Commerce Shopee Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.” *Oikos* 6, no. 1 (2022): 62–71.
- Noviandhi Dwi Wahyu Bintoro. *Pengaruh Experienced Regret, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. Aleph*. Vol. 87, 2023.
- Onis, Filomina Nurjaya, Lilik Sri Hariani, and Ninik Indawati. “Pola Konsumsi: Literasi Ekonomi, Status Sosial Orang Tua Dan Teman Sebaya.” *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 3, no. 1 (2018).
- Priadana, sidik & Sunarsi, Denok. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Vol. 11, 2019.
- Rachbini, Widarto, and Kinanti Nabiila Puteri. “Analisis Pengaruh Kepuasan Dan Pembelian Ulang Terhadap Pembentukan Electronic Word-of-Mouth (EWOM) Di E-Commerce Shopee Pada Pengguna Gen Z” 2, no. 3 (2024): 72–76.
- Rahmawati, Lili. “Pengaruh E-Commerce Shopee Dan Keputusan Pembelian Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Rejo Agung Kecamatan Tegineneng.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2023, 5–24.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian. Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*. Vol. 44, 2011.
- Rara Anindya_302180041_Komunikasi Penyiaran Islam. *Pengaruh E-Commerce*

- Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Kradenan Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. Braz Dent J. Vol. 33, 2022.*
- Ririn Furadantin, Natalia. "Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018." *Academia (Accelerating the World's Research)*, 2018.
- Rizki Wulanita Batubara dan Salomo Sitanggang, "Pengaruh aplikasi shopee terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat (Studi Kasus Masyarakat di Kelurahan Tanjung Marulak, Kota Tebing Tinggi)", *Digital Busines Progres (PBP)*, No. 01 Vol 01, (Juni, 2023), h.39
- Rizcha Rahmanudin Pratami, Nur Farida. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalog." *Ayan* 15, no. 1 (2024): 37–48.
- Rohmad, and Siti Sarah. *Pengembangan Instrumen Angket*, 2021.
- Rosmawarni, Neny, Fauziah, Muhammad Baitur Ridwan, Amaliah Khairunissa, Yunita Fauzia Achmad, Herly Nurhmi, Ari Wibowo, et al. *E-COMMERCE*, 2024.
- Sani, Dinda Fauziah. "Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan E-Commerce Shopee Di Kota Padangsimpuan." *Thesis*, 2021, 1–151.
- Siyoto, Sandu, and M Ali Sodik. *DASAR METOLOGI PENELITIAN*, 2015.
- Soesana Abigail, dkk., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2023.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2013.
- Swastika, Putri. "Do Social Role-Based Strategies Matter For Gen-Y Customers? The Case Of Indonesian Islamic Banks." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 12, no. 1 (2020).
- Veronica, Aries, Muhamad Abas, and Nurul Hidayah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2022.
- Wibowo, Frendy, Aulia Uswatun Khasanah, and Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra. "Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri." *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2022).
- Wicaksono, Soetam Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 2022.
- Widodo Rizki. "Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale Dan Cash On Delivery, Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Shopee Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru," 2022.
- Widodo Slamet, et al. *Buku Ajar Metodologi Penelitian. CV Science Techno*

Direct, 2023.

Yunita, Dela. “Pengaruh Kepribadian, Religiusitas Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Belanja Online Dengan Persepsi Diri Sebagai Variabel Moderating,” 2024.

Zainuri, Habib, Hani Subakti, Suttriso, Maya Saftari, Astrid Chandra Sari, Janner Simarmata, Putri Sari M J Silaban, Ika Yuniwati, Linda Wulan Riana, and Christa Vike Lotulung. *Desain Penelitian Kuantitatif*, 2024.

Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, 2008.