

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang adalah berpengaruh yang dibuktikan dengan hasil hipotesis pada variabel e-commerce (X), nilai t-hitung sebesar $5,665 > t_{tabel} 1,97$ dan signifikan $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

Di mana hal tersebut menunjukkan bahwa E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini dikarenakan belanja melalui e-commerce memiliki kemudahan dalam bertransaksi. Hal ini menginterpretasikan bahwa mahasiswa sebagai generasi milenial yang lebih cenderung dengan hal-hal yang mudah dan praktis. Oleh karena itu, semakin mudah belanja di e-commerce maka akan semakin tinggi tingkat konsumtif mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi konsumen khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang dalam mengkonsumsi atau membelanjakan dengan menggunakan media online seperti E-Commerce yang ada, agar tidak hanya memenuhi keinginan semata melainkan harus memperhatikan kebutuhan dan manfaat produk.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel diluar variabel yang telah diteliti ini agar dapat memperoleh hasil yang lebih variatif dan juga dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardila Ridha, (2017). Pengaruh *Online Shop* Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip USU. *Skripsi*
- A Rifa'i, CT Anni. 2012. *Psikologi Pendidikan*. Semarang: Unnes Press.
- Abraham Wasli, 08 September 2020. Sejarah Awal Berdirinya Marketplace Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan JDID dari <https://teknologi.id/os/sejarah-awal-berdirinya-marketplace-tokopedia-shopee-bukalapak-lazada-blibli-dan-jdid> diakses 15 Juli 2021
- Ainy, Z. N. (2020). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon*. 4(2), 226–235
- Aprilia, Dewi dan Hartoyo Hartoyo. *Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung*, Jurnal Sosiologi. Vol 15 No. 1, Hlm 72-86, 2014
- Arohman, A., & Vianda, N. C. (2020). Analisis Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEB UMPRI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(2), 134–145.
- Astuti, Endang Dwi. "Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda", e-Jurnal Psikologi. Vol.1. No.2. Hlm 148-156. 2013
- Bungin, Burhan. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif – Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Lainnya, Ed. Ke-2, Jakarta : Kencana
- Chodryna Latifun Nisa, (2017). *Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universtas Semarang Angkatan 2015* Semarang : Universitas Semarang..
- Dillon, T. W., & Reif, H. L. (2004). *Factors Influencing Consumers ' E - Commerce Commodity Purchases*. 22(2), 1–12.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. (1st ed.).Rajawali Pers.
- Faizah, A. (2020). *Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya*. *Skripsi*
- Fatkhur Rosyid (2020).” Pengaruh Terpaan Iklan *E-Commerce* Bukalapak Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Iain Salatiga”. *Skripsi*
- Hidayati Afifah dkk (2020) “*E-Commerce* dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Ikip PGRI Bojonegoro).”
- Himawan, Asep Saefullah dan Sugeng Santoso,2014, “Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (*E-Commerce*) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif” *Scientific Journal of Informatics*, Vol.1 No. 1,
- Islamy, D, P. Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Smp Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai(BSD) Kota Tangerang Selatan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015.

- Jauhari, Jaidan, 2010, "*Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce*" Jurnal Sistem Informasi Vol. 2 No. 1
- Kartajaya, H, Dan Syakir, S.M (2006) *Syariah Marketing* Bandung: Mizan
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, 2013, *Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeth
- Kriyanto, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006
- Kurnia Tesa. (2021). *Dampak Terpaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska Riau*. Skripsi.
- Lina dkk. *Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri*. Jakarta: Grafindo, 2008
- Malaikah, Nur (2016), *Pengaruh Financial Literacy, Uang Saku, Locus Of Control, dan Life Style Terhado Perilaku Konsumtif Belanja Online (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)*, Skripsi, Semarang Fakultas UNNES
- Miranda, O. S., Evawani, P., Lubis, E., & Si, M. (2017). *Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*. 4(1), 1–15.
- Mitra, N. (2019). *Consumptive Behavior of Students in Shopping Online and Implications in Guidance and Counseling Services in Universities*. 03(02), 120–124.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Mufarizzaturrizkyah, SE, dkk Ainy, Z. N. (2020). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon*. 4(2), 226–235. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2672>
- Nadya Larasati KH. (2021). *Pengaruh Konformtas Teman Sebaya (Peer Group) Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Melalui E-Commerce Pada Mahasiswa Uin Jakarta*. Skripsi, 25-26.
- Naning Fatmawatie. (2020). *Online Store Marketing Strategy and Its Implications on Consumptive Behavior in Fashion Products of IAIN Kediri Students: Islamic Marketing and Islamic Consumption Perspective*. 16(2), 101–114.
- Ningcahya, I. R. (2020). *Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)*. Skripsi.
- Novi Irwan Nahar.(2016) "Penerapan Teori Belajar Behavioristik dalam Proses Pembelajaran". *Ilmu Pengetahuan Sosial 1* (n.d).
- Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo,dan Nailul Fauziah, "Hubungan antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semaran"’g, 2013, *Jurnal Psikologi Undip* (Vol. 12 No. 1)
- Putrayasa, Ida Bagus. 2013. *Landasan Pembelajaran*. Bali. Undiksha Press.
- Rachmawati, A. L., & Tidar, U. (2019). *Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pda Mahasiswa Di Prodi Manajemen Universitas Tidar)*. 1(1).

- Regina et.al, “Hubungan antara Self Kontrol dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Samratulangi Angkatan 2011”. *Jurnal E- Biomedik (eBM)*, Vol.. 3 No. 1 (Januari – April 2015).
- Rianse, Usman dan Abdi. 2012. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, 2012, Bandung: Alfabeta.
- Sa’ad, W. N. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Sentra Industri Keripik Pisang di Kota Bandarlampung). *Skripsi*, 1–97.
- Sakti, Nufransa Wira. *Perpajakan dalam E-commerce, Belajar dari Jepang*. dalam Berita Pajak No. 1443/ tahun XXXIII/15 Mei 2001
- Sangadji , Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian – Pendekatan praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Silaen, S, Heriyanto, Y. Pengantar statistika sosial. Jakarta: IN MEDIA, 2013.
- Sodikin 2019. Khutbah jum’at : keutamaan pedagang yang jujur <https://www.islampos.com/khutbah-jumat-keutamaan-pedagang-yang-jujur131663/> diakses 15 Agustus 2021
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta)
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Susilo, D., & Chairiyah, U. (n.d.). *The effect of e-commerce advertising exposure Lazada buying behavior teenagers at SMK Muhammadiyah 2 Surabaya*. 2, 52–65.
- Yustati, H. (2019). Kontribusi E-Wom Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 47–57.
- Zaahirah, R. (2018). Pengaruh Terpaan E-Commerce Shopee Terhadap Konformitas Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. *Skripsi*.
- Zendehdel, M., Paim, L. H., & Osman, S. B. (2015). *Students ’ online purchasing behavior in Malaysia : Understanding online shopping attitude*. 1–13.