

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak persepsi kemudahan, kecepatan transaksi, dan intensitas promosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* di Purwokerto, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (pembelian impulsif) mahasiswa, sehingga hipotesis pertama (H1) **diterima**. Semakin tinggi persepsi mahasiswa mengenai kemudahan penggunaan *QRIS*, berpengaruh pembelian impulsif. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari $0,000 \leq 0,05$.
2. Kecepatan transaksi juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga hipotesis kedua (H2) **diterima**. Proses transaksi yang lebih cepat menggunakan *QRIS* akan mempengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian secara spontan, karena pembayaran menjadi lebih praktis dan efisien. Bukti dari hal ini adalah nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi $0,023 \leq 0,05$.
3. Intensitas promosi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga hipotesis ketiga (H3) **diterima**. Semakin sering mahasiswa menerima promosi seperti diskon, cashback, voucher, dan penawaran *QRIS* lainnya melalui, berpengaruh terhadap kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari $0,000 \leq 0,05$.

4. Secara simultan persepsi kemudahan, kecepatan transaksi, dan intensitas promosi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga hipotesis keempat (H4) **diterima**. Ketiga variabel tersebut secara kolektif mampu menjelaskan perilaku konsumtif siswa dalam penggunaan *QRIS*. Hal ini dibuktikan dengan hasil sig. $0,000 \leq 0,005$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa, diharapkan agar lebih bijaksana dalam memanfaatkan *QRIS* sebagai sarana pembayaran digital. Kemudahan dalam penggunaan, kecepatan transaksi, serta beragam promosi yang tersedia sebaiknya digunakan sesuai dengan kebutuhan, bukan hanya untuk memenuhi keinginan yang dapat mendorong perilaku konsumtif.
2. Untuk Penyedia Layanan *QRIS*, diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas layanan melalui kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan program promosi yang menarik, sambil tetap mengedepankan edukasi tentang pengelolaan keuangan dan konsumsi yang bijak agar penggunaan *QRIS* dapat memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat.
3. Untuk Universitas, diharapkan dapat meningkatkan edukasi mengenai literasi keuangan dan perilaku konsumsi yang sehat melalui seminar, pelatihan, atau kegiatan akademik lainnya, sehingga mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi pembayaran digital dengan lebih bertanggung jawab.
4. Untuk Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif (*impulsive buying*), seperti literasi keuangan, kontrol diri (*self control*), gaya hidup, serta pengaruh teman sebaya. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah responden, mencakup wilayah penelitian, atau menggunakan metode penelitian yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.