

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan pengaruh fenomena rojali, literasi keuangan dan perilaku konsumtif terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Fenomena rojali berpengaruh signifikan terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,811 lebih besar dari t tabel sebesar 1,983. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kecenderungan mahasiswa melakukan perilaku rojali, maka semakin besar kecenderungan perubahan pola konsumsi ke arah pembelian *online*.
2. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,410 lebih besar dari t tabel sebesar 1,983. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa berperan membentuk pola konsumsi mereka dalam memanfaatkan *platform* belanja *online*.
3. Perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,571 lebih besar dari t tabel sebesar 1,983. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online.
4. Fenomena rojali, literasi keuangan dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 20,158 lebih besar dari F tabel sebesar 2,69 dengan nilai signifikansi 0,000

$< 0,05$. Dengan demikian, seluruh variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online.

5.2 Saran

Saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut:

a. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan serta lebih bijaksana dalam memanfaatkan layanan transaksi digital. Kemudahan *e-commerce* sebaiknya digunakan untuk memenuhi kebutuhan secara rasional, bukan hanya berdasarkan dorongan emosional atau tren yang sedang berkembang.

b. Bagi Universitas

Universitas diharapkan dapat meningkatkan program edukasi terkait literasi keuangan melalui seminar, pelatihan maupun kegiatan akademik lainnya. Peningkatan literasi keuangan diharapkan mampu membantu mahasiswa dalam mengambil keputusan konsumsi yang tepat di era digital.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian *online*, selain itu penelitian juga dapat dilakukan pada populasi dan wilayah yang lebih luas agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.