

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil korelasi diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,411 dengan $p = 0,001$. Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa skor yang diperoleh dari uji analisis *product moment* memenuhi kaidah $p < 0,05$, yang berarti ada korelasi yang positif antara variabel perilaku konsumtif dengan motivasi belanja hedonis pada pengguna *Go-pay* sehingga hipotesis dalam penelitian diterima. Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi (r_{xy}) yang diperoleh sebesar 0,411 termasuk pada kategori sedang. Semakin tinggi perilaku konsumtif pada pengguna *Go-pay* maka cenderung tinggi pula motivasi belanja hedonis pada pengguna *Go-pay*. Sebaliknya, semakin rendah perilaku konsumtif pengguna *Go-pay* maka cenderung rendah pula motivasi belanja pada pengguna *Go-pay*.
2. Berdasarkan hasil analisis dan skor skala masing-masing subjek menunjukkan bahwa perilaku konsumtif terbagi menjadi dua kategori yaitu sedang dan tinggi. Dari 60 responden terdapat 39 responden (65%) termasuk dalam kategori sedang dan 21 responden (35%) termasuk dalam kategori tinggi. Hal

ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki perilaku konsumtif dalam kategori sedang.

3. Berdasarkan hasil analisis dan skor skala masing-masing subjek menunjukkan bahwa motivasi belanja hedonis terbagi menjadi dua kategori yaitu sedang dan tinggi. Dari 60 responden terdapat 24 responden (40%) termasuk dalam kategori sedang dan 36 responden (60%) termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki motivasi belanja hedonis dalam kategori tinggi.
4. Perolehan koefisien determinasi R^2 yang sebesar 0,169 menunjukkan bahwa variabel motivasi belanja hedonis memiliki kontribusi sebesar 16,9% terhadap perilaku konsumtif dan sisanya 83,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat disampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi subjek terkait perilaku konsumtif dan motivasi belanja hedonis. Pengguna *Go-pay* yang ingin menurunkan perilaku konsumtif dapat dilakukan dengan menurunkan motivasi belanja hedonis yang dimiliki.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh koefisien determinasi R^2 (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,169 yang menunjukkan variabel motivasi belanja

hedonis memiliki kontribusi sebesar 16,9% terhadap perilaku konsumtif dan sisanya 83,1% dipengaruhi oleh faktor lain meliputi budaya, sub-budaya, kelas sosial, kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status, usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri, kepribadian, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti faktor lain untuk mendapatkan pengetahuan baru. Selanjutnya, penelitian terkait perilaku konsumtif dapat dilakukan dengan subjek yang menggunakan *e-wallet* yang lain seperti *OVO*, *Dana*, *T-cash*, dan lain-lain atau dapat mengambil subjek dari keseluruhan *e-wallet* yang banyak dipakai di Indonesia dengan tujuan memperoleh hasil penelitian yang lebih luas. Hal itu dilakukan karena hambatan dalam penelitian ini adalah beragamnya penyedia jasa *e-wallet* dan pengguna setiap *e-wallet* selalu bertambah sehingga tidak menutup kemungkinan akan muncul penyedia jasa *e-wallet* baru dan lebih diminati dari *e-wallet* yang ada saat ini.