

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Hal ini berarti bahwa semakin mahasiswa merasa bahwa penggunaan *fintech payment* khususnya e-wallet mudah digunakan, maka semakin tinggi kecenderungan mereka untuk melakukan transaksi konsumtif. Faktor-faktor seperti kemudahan dalam mengakses aplikasi, kejelasan tampilan antarmuka, kemudahan dalam mempelajari dan mengoperasikan sistem, serta kenyamanan dalam proses pembayaran mendorong mahasiswa untuk lebih sering berbelanja atau melakukan pengeluaran non-prioritas. Ini sejalan dengan teori Planned Behavior yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kemudahan dapat membentuk niat dan perilaku aktual seseorang. Persepsi Kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa, dengan nilai signifikansi 0.016 (< 0.05).
2. Manfaat *fintech payment* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin besar manfaat yang diterima mahasiswa seperti efisiensi waktu, kecepatan transaksi, keamanan penggunaan, serta adanya insentif seperti cashback dan diskon maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk bertransaksi secara

impulsif atau konsumtif. Manfaat ini menciptakan persepsi bahwa penggunaan e-wallet lebih menguntungkan dibandingkan metode pembayaran konvensional, yang pada akhirnya dapat mendorong perilaku belanja berlebihan atau pembelian atas dasar keinginan, bukan kebutuhan. Manfaat Fintech Payment (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, dengan nilai signifikansi $0.000 (< 0.05)$.

3. Secara simultan, persepsi kemudahan dan manfaat fintech payment berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, kedua variabel independen tersebut berkontribusi dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif yang muncul di kalangan mahasiswa. Fintech payment, yang dirancang untuk memudahkan dan memberikan keuntungan finansial dalam aktivitas transaksi, jika tidak disertai dengan literasi keuangan dan kontrol diri yang baik, justru dapat mendorong perilaku konsumtif secara tidak sadar. Mahasiswa menjadi lebih sering melakukan pembelian barang-barang non-esensial karena faktor kemudahan dan manfaat yang mereka rasakan saat menggunakan layanan keuangan digital.. Berdasarkan hasil uji F (ANOVA), diperoleh nilai signifikansi $0.000 (< 0.05)$, yang menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan (X1) dan Manfaat Fintech Payment (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan yang telah diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi disarankan dapat lebih bijak dalam menggunakan layanan fintech payment. Meskipun fitur seperti kemudahan akses, promo, dan cashback memberikan manfaat, namun tanpa kontrol diri dan pemahaman keuangan yang baik, hal ini dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan. Mahasiswa perlu memperkuat kesadaran akan prioritas kebutuhan dan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam bertransaksi.

2. Bagi Pihak Universitas

Pihak universitas, terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis, disarankan untuk memberikan edukasi tambahan terkait literasi keuangan bagi mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan melalui seminar, workshop, atau mata kuliah tambahan yang membahas manajemen keuangan pribadi dan dampak teknologi finansial terhadap perilaku konsumsi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti faktor psikologis, sosial, dan budaya. Selain itu, metode penelitian kualitatif juga dapat dipertimbangkan untuk mendapatkan

wawasan lebih mendalam terkait motivasi mahasiswa dalam menggunakan fintech payment.