

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Merujuk pada tujuan penelitian yang sudah dibahas pada bab I bahwa penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online* memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah yang positif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa responden merasakan adanya kegunaan dan kemudahan penggunaan dalam mengadopsi *Mobile Banking* sehingga mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online* yang cenderung memiliki intensitas belanja *online* yang tinggi dan mudah tergiur oleh promo-promo dengan harga ekonomis yang ditawarkan oleh *online shop* walaupun barang tersebut tidak dibutuhkan. Dalam penelitian ini responden belum sepenuhnya dapat mengendalikan perilaku konsumsi yang sesuai dengan konsep ekonomi islam karena responden menggunakan pendapatannya untuk hal yang kurang bermanfaat atau tidak berdasarkan kebutuhan.

B. Saran

Penggunaan *Mobile Banking* dalam belanja *online* dapat menjadikan seseorang lebih produktif maupun konsumtif, tergantung sejauh mana mereka dapat mengontrol teknologi tersebut. Melihat adanya pengaruh antara penggunaan *Mobile Banking* terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*, maka diperlukan kontrol diri oleh mahasiswa ketika

berbelanja *online*. Selain itu, perlu adanya edukasi terutama melalui peran dari keluarga dan tetap mengontrol anak dalam mempergunakan uang sakunya sehingga tidak berbelanja *online* secara berlebihan, serta kesadaran atau inisiatif diri sendiri untuk lebih bertindak selektif dalam memilih barang mana yang dibutuhkan atau hanya sekedar keinginan saja. Apabila diberi rezeki yang lebih oleh Allah SWT, sebaiknya digunakan untuk hal-hal yang lebih bermanfaat, salah satunya saling berbagi kepada makhluk Allah yang membutuhkan.