

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah di kaji, dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Digital Marketing terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dengan nilai T_{hitung} untuk Digital Marketing sebesar $4,981 > T_{tabel}$ sebesar $1,661$ dengan probabilitas sebesar $0,000$.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Digital Payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dengan nilai T_{hitung} untuk Digital Payment sebesar $6,396 > T_{tabel}$ sebesar $1,661$ dengan probabilitas sebesar $0,000$.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara E-Commerce terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dengan nilai T_{hitung} untuk E-Commerce sebesar $7,608 > T_{tabel}$ sebesar $1,661$ dengan probabilitas $0,000$.
4. Hasil analisis secara simultan menunjukan Digital Marketing, Digital Payment, dan E-Commerce terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dengan hasil nilai F_{hitung} sebesar $154,865 > F_{tabel}$ sebesar $2,704$ dengan probabilitas $0,000$.

B. Saran

Pada penelitian ini saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut;

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 - a. Mahasiswa perlu memahami secara mendalam bagaimana *digital Marketing* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini penting dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif di masa depan.

- b. Mahasiswa perlu memahami cara menggunakan *Digital Payment* secara bijak agar tidak terjebak dalam pola konsumtif yang tidak sehat.
 - c. Mahasiswa dapat mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam bertransaksi online dengan bijak untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.
 - d. Mahasiswa juga perlu mempertimbangkan bagaimana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dan berdampak secara simultan terhadap perilaku konsumtif.
 - e. Mahasiswa perlu mempertimbangkan implikasi etis dan keuangan dari penggunaan *digital Marketing*, *Digital Payment*, dan *E-commerce* dalam praktik bisnis mereka.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Penelitian Selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
 - b. Penelitian Selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model yang lebih komprehensif untuk memahami lebih baik faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, termasuk variabel-variabel lain yang mungkin relevan.
- 
- The logo of Universitas Islam Syekh Nurjati Cirebon is a circular emblem. It features a central shield with a green and gold border. Inside the shield, there is a depiction of a mosque with a dome and minarets, set against a background of a sun and a crescent moon. The shield is flanked by two golden wings. Below the shield, there is a banner with the text 'UNIVERSITAS ISLAM SYEKH NURJATI CIREBON' in gold letters on a dark background.