

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Spaylater Di Kota Cirebon yang telah dibahas serta perhitungan-perhitungan statistic yang dilakukan. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Variabel Literasi keuangan Syariah (X1) diperoleh nilai *t-hitung* sebesar -6.811 dan *t-tabel* sebesar 1.984 dengan tingkat signifikansi 0.004 (< 0.05). Karena *t-hitung* berada di luar rentang *t-tabel* dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan demikian, literasi keuangan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di Kota Cirebon, dengan arah hubungan negatif. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan syariah seseorang, semakin kecil kemungkinan mereka menggunakan *SpayLater*, yang mungkin berkaitan dengan prinsip pengelolaan utang dalam Islam.
2. Variabel Religiusitas (X2) menunjukkan bahwa nilai *t-hitung* sebesar 2,980 lebih besar dari *t-tabel* (1,984), dengan tingkat signifikansi 0,004 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *SpayLater*. Faktor-faktor yang mungkin berkontribusi terhadap pengaruh ini mencakup tingkat pemahaman terhadap sistem keuangan berbasis syariah, keyakinan agama terkait utang, serta praktik keagamaan yang dapat memengaruhi keputusan finansial.
3. Literasi Keuangan Syariah dan religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Spaylater di Kota Cirebon menunjukan bahwa perhitungan koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,431 atau 43,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

literasi keuangan syariah dan religiusitas secara simultan menjelaskan 43,1% variasi dalam keputusan konsumen menggunakan *SpayLater* di Kota Cirebon. Sementara itu, 56,9% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Beberapa faktor tersebut dapat mencakup kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital, tingkat kepercayaan terhadap keamanan transaksi online, promosi yang ditawarkan oleh penyedia layanan, serta faktor sosial dan ekonomi, seperti tingkat pendapatan dan gaya hidup konsumen.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa implikasi penting yang dapat dipertimbangkan:

- a. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *Spaylater*. Oleh karena itu, lembaga keuangan, khususnya yang berbasis syariah, dapat memanfaatkan temuan ini untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan meningkatkan pemahaman konsumen melalui edukasi keuangan yang berkelanjutan.
- b. Religiusitas terbukti sebagai faktor yang signifikan dalam memengaruhi keputusan finansial konsumen. Temuan ini memperkuat pentingnya mempertimbangkan layanan, khususnya bagi segmen masyarakat yang religius.
- c. Keputusan penggunaa layanan *Spaylater* dipengaruhi oleh interaksi antara literasi keuangan syariah dan religiusitas. Oleh karea itu, edukasi mengenai layanan ini perlu di lakukan secara transparan dan sesuai dengan nilai-nilai etika, agar kepercayaan konsumen tetap terjaga dan penggunaan layanan dilakukan secara bijak.

C. Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti setelah melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penyedia layanan *Spaylater* untuk menarik lebih banyak pengguna, terutama yang memiliki literasi keuangan syariah tinggi dan tingkat religiusitas tertentu, penyedia layanan *SpayLater* dapat menyediakan opsi pembayaran yang lebih sesuai dengan prinsip keuangan syariah, seperti tanpa bunga (*riba*) atau menggunakan akad yang halal. Selain itu, edukasi mengenai cara penggunaan yang bijak dan transparan dalam sistem pembayaran juga penting agar pengguna merasa lebih aman dan nyaman dalam bertransaksi
- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan variabel dengan mempertimbangkan faktor lain seperti promosi, tingkat pendapatan, serta faktor psikologis dalam keputusan penggunaan *SpayLater*. Selain itu, memperluas wilayah penelitian ke daerah lain juga dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif dan menggambarkan pola penggunaan BNPL secara lebih luas.