

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel Buy Now Pay Later (BNPL) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap platform e-commerce, yang ditunjukkan oleh nilai T-statistic sebesar 0,405 dan P-value sebesar 0,685. Sebaliknya, perilaku konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap platform e-commerce dengan nilai T-statistic sebesar 4,162 dan P-value sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan platform e-commerce lebih dipengaruhi oleh perilaku konsumen dibandingkan dengan keberadaan fitur BNPL.

Selanjutnya, platform e-commerce terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mengindikasikan bahwa kualitas, kemudahan, serta fitur yang dimiliki platform mampu mendorong konsumen dalam melakukan pembelian. Namun, variabel BNPL kembali tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T-statistic sebesar 1,082 dan P-value sebesar 0,279. Sebaliknya, perilaku konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T-statistic sebesar 2,057 dan P-value sebesar 0,040, yang menegaskan bahwa keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh faktor perilaku konsumen.

Dalam pengujian variabel mediasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa BNPL tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui platform e-commerce dengan nilai T-statistic sebesar 1,745 dan P-value sebesar 0,081, sehingga tidak terjadi efek mediasi. Sebaliknya, perilaku konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui platform e-commerce dengan nilai T-statistic sebesar 2,912 dan P-value sebesar 0,004, yang berarti platform e-commerce mampu memediasi hubungan antara perilaku konsumen dan keputusan pembelian.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan *Buy Now Pay Later* (BNPL) dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian melalui *platform e-commerce*, terdapat beberapa implikasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang perilaku konsumen dan ekonomi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan BNPL dapat memengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian, yang mendukung teori behavioral economics bahwa keputusan individu tidak selalu rasional, melainkan dipengaruhi oleh kemudahan, persepsi risiko, dan faktor psikologis lainnya. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat peran platform e-commerce sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara BNPL dan keputusan pembelian.

2. Implikasi Praktis

a. Bagi Konsumen

Kemudahan penggunaan BNPL berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Oleh karena itu, konsumen perlu lebih bijak dalam mengelola keuangan serta mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian.

b. Bagi Platform E-Commerce

Platform e-commerce dapat memanfaatkan fitur BNPL sebagai strategi untuk meningkatkan transaksi dan daya beli konsumen. Namun, diperlukan pengelolaan yang baik, seperti transparansi informasi biaya serta edukasi kepada pengguna terkait risiko penggunaan BNPL.

c. Bagi Penyedia Layanan BNPL

Penyedia layanan BNPL perlu meningkatkan sistem pengendalian risiko, termasuk analisis kelayakan kredit serta pemantauan penggunaan agar tidak mendorong penggunaan yang berlebihan.

C. Saran

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penggunaan Buy Now Pay Later (BNPL) serta perilaku konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian melalui platform e-commerce.

1. Bagi Konsumen yang Menggunakan Opsi Pembayaran BNPL

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada konsumen dalam menggunakan layanan BNPL secara bijak, serta membantu memahami manfaat dan risiko yang terkait dengan penggunaan fasilitas tersebut.

2. Bagi Platform E-Commerce

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi platform e-commerce dalam mengembangkan kebijakan yang lebih baik terkait layanan BNPL, termasuk dalam hal analisis risiko kredit dan pengelolaan utang konsumen, serta mendorong pengembangan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.