

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh faktor ekonomi (X1), faktor psikologis (X2), faktor sosial budaya (X3), dan faktor teknologi (X4) terhadap *doom spending* (Y) pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Penelitian ini melibatkan 202 responden mahasiswa sebagai sampel penelitian. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang diperoleh untuk menjawab tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Ekonomi (X1) terhadap *Doom Spending* pada Mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Faktor ekonomi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *doom spending* pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,567 > 0,05$ serta nilai t_{hitung} sebesar $-0,573 < t_{tabel}$ sebesar 1,972, sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar $-0,036$. Meskipun koefisien regresi menunjukkan arah negatif, kondisi ekonomi mahasiswa tidak terbukti memberikan dampak nyata terhadap perubahan perilaku *doom spending*. Dengan demikian, faktor ekonomi bukan determinan utama dalam mendorong *doom spending*.

2. Pengaruh Faktor Psikologis (X2) terhadap *Doom Spending* pada Mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Faktor psikologis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *doom spending* pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai t_{hitung} sebesar $5,978 > t_{tabel}$ sebesar 1,972, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,387. Artinya, semakin tinggi tekanan

psikologis maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa melakukan *doom spending*. Faktor psikologis menjadi determinan utama dalam perilaku konsumsi emosional mahasiswa.

3. Pengaruh Faktor Sosial Budaya (X3) terhadap *Doom Spending* pada Mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Faktor sosial budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *doom spending* pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai t_{hitung} sebesar $5,490 > t_{tabel}$ sebesar 1,972, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,304. menunjukkan bahwa semakin kuat tekanan sosial dan budaya yang dirasakan mahasiswa, maka semakin tinggi kecenderungan untuk melakukan *doom spending*.

4. Pengaruh Faktor Teknologi (X4) terhadap *Doom Spending* pada Mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Faktor teknologi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *doom spending* pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,511 > 0,05$ serta nilai t_{hitung} sebesar $0,659 < t_{tabel}$ sebesar 1,972, sehingga hipotesis keempat (H4) ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,043. Meskipun memiliki arah pengaruh positif, teknologi tidak terbukti secara statistik sebagai pemicu utama *doom spending*, melainkan lebih berfungsi sebagai sarana pendukung konsumsi.

5. Pengaruh Faktor Ekonomi (X1), Faktor Psikologis (X2), Faktor Sosial Budaya (X3), Faktor Teknologi (X4) terhadap *Doom Spending* pada Mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Berdasarkan hasil uji simultan menggunakan uji F, faktor ekonomi, faktor psikologis, faktor sosial budaya, dan faktor teknologi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *doom spending* pada mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Hal ini dibuktikan dengan

nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ serta nilai F_{hitung} sebesar $42,485 > F_{tabel}$ sebesar 2,65, sehingga hipotesis kelima (H5) diterima. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,452 menunjukkan bahwa keempat variabel independen tersebut mampu menjelaskan 45,2% variasi *doom spending*, sedangkan sisanya sebesar 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa *doom spending* merupakan perilaku konsumsi yang bersifat multidimensional, yang terbentuk dari interaksi antara kondisi ekonomi, tekanan psikologis, pengaruh sosial budaya, serta paparan teknologi digital.

B. Implikasi

Hasil penelitian yang telah dipaparkan memberikan gambaran komprehensif mengenai perilaku *doom spending* pada mahasiswa di tengah dinamika ekonomi digital dan tekanan kehidupan modern. Temuan empiris yang diperoleh tidak hanya merepresentasikan hasil statistik semata, melainkan memiliki implikasi konseptual dan praktis yang penting bagi berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dirumuskan, penulis mengemukakan beberapa implikasi penelitian sebagai berikut:

1. Mengingat faktor ekonomi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *doom spending*, temuan ini mengimplikasikan bahwa peningkatan pendapatan, kemudahan transaksi non-tunai, maupun akses terhadap fasilitas kredit belum tentu secara langsung menekan atau mendorong perilaku konsumsi emosional. Oleh karena itu, penulis menekankan bahwa upaya pengendalian *doom spending* tidak cukup dilakukan melalui pendekatan ekonomi semata, melainkan perlu diimbangi dengan penguatan aspek non-ekonomi, terutama pengelolaan emosi dan kesadaran konsumsi.
2. Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis merupakan determinan utama *doom spending*. Hal ini mengimplikasikan pentingnya

perhatian serius terhadap kesehatan mental mahasiswa. Penulis menekankan perlunya optimalisasi layanan konseling, pendampingan psikologis, serta program penguatan *coping mechanism* agar mahasiswa mampu mengelola stres dan tekanan emosional secara lebih adaptif, sehingga tidak melampiaskannya melalui perilaku konsumsi berlebihan.

3. Pengaruh signifikan faktor sosial budaya mengimplikasikan bahwa lingkungan sosial, tekanan kelompok sebaya, serta budaya konsumsi digital memiliki peran besar dalam membentuk *doom spending* mahasiswa. Oleh karena itu, penulis menyimpulkan bahwa institusi pendidikan perlu mendorong terbentuknya budaya konsumsi yang lebih sehat melalui edukasi literasi keuangan, kampanye gaya hidup sederhana, serta penguatan nilai kritis terhadap tren konsumtif di media sosial.
4. Pengaruh faktor teknologi secara parsial tidak berpengaruh signifikan mengimplikasikan bahwa teknologi digital bersifat netral dan berfungsi sebagai sarana pendukung, bukan pemicu utama *doom spending*. Penulis berpendapat bahwa teknologi akan berdampak signifikan ketika berinteraksi dengan faktor psikologis dan sosial budaya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi digital agar mahasiswa mampu menggunakan teknologi secara bijak, kritis, dan bertanggung jawab dalam aktivitas konsumsi.
5. Pengaruh signifikan secara simultan mengimplikasikan bahwa *doom spending* pada mahasiswa tidak dapat dipahami dan dikendalikan secara parsial, melainkan memerlukan pendekatan yang integratif dan berkelanjutan. Penulis menyimpulkan bahwa upaya pencegahan *doom spending* perlu dilakukan melalui sinergi antara penguatan kesehatan mental, pembentukan lingkungan sosial yang suportif, peningkatan literasi keuangan dan digital, serta pengendalian perilaku konsumsi secara sadar dan rasional.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diperoleh, disadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Oleh karena itu, penulis memberikan sejumlah saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait serta sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji tema serupa. Berdasarkan hasil penelitian dari judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Doom Spending* pada Mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon”, Maka dari itu, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

a. Faktor Ekonomi

Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan secara mandiri, khususnya dalam mengurangi ketergantungan pada pendapatan orang tua. Upaya seperti menyusun perencanaan keuangan serta mencari sumber pendapatan tambahan dapat membantu mahasiswa lebih bijak dalam memenuhi kebutuhan sesuai prinsip ekonomi Islam.

b. Faktor Psikologis

Mahasiswa diharapkan mampu memperkuat pengendalian diri dalam menghadapi tekanan emosional, sehingga tidak menjadikan aktivitas konsumsi sebagai sarana pelampiasan. Peningkatan kesadaran diri (*self awareness*) serta pengelolaan emosi yang baik dapat membantu menekan kecenderungan perilaku konsumtif.

c. Faktor Sosial Budaya

Mahasiswa diharapkan lebih selektif dalam merespons pengaruh lingkungan sosial dan budaya, termasuk tren gaya hidup yang berkembang. Penetapan skala prioritas kebutuhan serta penerapan nilai kesederhanaan dalam konsumsi sesuai prinsip ekonomi Islam menjadi

penting agar tidak terpengaruh oleh perilaku konsumtif di lingkungan sekitar.

d. Faktor Teknologi

Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan teknologi digital secara bijak, khususnya dalam penggunaan *platform* belanja *online*. Pengendalian dalam mengakses promosi, diskon, maupun kemudahan transaksi digital perlu dilakukan agar keputusan konsumsi tetap didasarkan pada kebutuhan, bukan keinginan.

e. *Doom Spending*

Mahasiswa diharapkan mampu mengendalikan perilaku konsumsi dengan lebih rasional, terutama dalam menghindari pembelian yang bertujuan untuk memperoleh kepuasan sesaat atau pengalaman semata. Penerapan prinsip kesederhanaan dan keseimbangan dalam konsumsi sesuai ekonomi Islam diharapkan dapat mengurangi kecenderungan *doom spending*.

2. Bagi Universitas

Universitas diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi dalam merancang dan mengembangkan program literasi keuangan, literasi digital, serta layanan pendampingan psikologis bagi mahasiswa. Program tersebut penting untuk membantu mahasiswa mengelola stres, meningkatkan rasionalitas dalam pengambilan keputusan konsumsi, serta membentuk karakter mahasiswa yang produktif dan bertanggung jawab secara finansial.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi *doom spending*, seperti literasi keuangan, kontrol diri atau pengaruh influencer digital. Selain itu, penggunaan metode penelitian kualitatif atau *mixed methods* dapat dipertimbangkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih

mendalam mengenai motif dan dinamika perilaku konsumsi emosional pada generasi Z.

4. Bagi Pengembangan Keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam kajian ekonomi digital dan perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. Temuan mengenai *doom spending* sebagai perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, psikologis, sosial budaya, dan teknologi diharapkan dapat memperkaya literatur akademik dan menjadi dasar pengembangan konsep konsumsi yang berorientasi pada kemaslahatan (*maslahah*).

