

## BAB 5

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat pengaksesan di *marketplace* pada umumnya berada dalam tingkatan sedang (58,5%), artinya mahasiswa sering mengakses fitur yang ditawarkan Shopee, terutama fitur *flash sale*, *event*, dan gratis ongkir. Mahasiswa berbelanja di Shopee menghabiskan waktu 30 menit, mayoritas berbelanja *fashion* dan makanan karena menghemat biaya dan waktu.
2. Tingkat perilaku konsumtif pada umumnya berada dalam tingkat sedang yaitu (50,2%), artinya mahasiswa sering *online* hanya berdasarkan keinginan dan kepuasan pribadi tanpa mempertimbangkan nilai dari produk yang dibelinya. Frekuensi berbelanja mahasiswa sekitar 1 – 4 pcs untuk pembelian *fashion*, *skincare/make-up* dan kebutuhan kuliah.
3. Terdapat hubungan signifikan antara akses berbelanja di *marketplace* Shopee dengan perilaku konsumtif mahasiswa yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 99%, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, semakin tinggi akses berbelanja di *marketplace* Shopee, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah akses berbelanja di *marketplace* Shope, maka perilaku konsumtif mahasiswa juga semakin rendah.

#### B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka rekomendasi yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik diharapkan lebih bijak dalam mengatur keuangan saat berbelanja *online*. Selain itu, mahasiswa diharapkan untuk memilah produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian akses berbelanja di *marketplace* Shopee secara rinci mengingat akses yang ditawarkan selalu mengalami perkembangan. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tidak terbatas hanya pada satu *platform marketplace*.