

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Populasi dalam penelitian ini adalah 33.638.508 orang yang menggunakan Shopee yang sebagian besar merupakan mahasiswa, dengan jumlah sampel 100 orang yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Untuk memperoleh jawaban dari sampel, peneliti melakukan penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form*.

- a. Dalam hasil perhitungan korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Variabel X (Promosi Iklan) terhadap Variabel Y (Perilaku Konsumtif) yaitu sebesar 0,728. Hubungan yang kuat Promosi Iklan terhadap Perilaku Konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara Variabel X yaitu Promosi Iklan Shopee Pada Masa Pandemi COVID-19 terhadap variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.
- b. Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi nilai constant sebesar -1,726 yang artinya setiap penambahan 1% nilai Promosi Iklan (X), maka Perilaku Konsumtif (Y) akan bertambah sebesar 0.662. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.
- c. Hasil yang di dapatkan berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi di dapatkan hasil Promosi Shopee pada saat Pandemi COVID-19 dipengaruhi oleh Perilaku konsumtif pengunjung Shopee dengan karakteristik Mahasiswa dengan hasil perhitungan sebesar 53% sedangkan sisanya 47% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.
- d. Berdasarkan hasil perhitungan dari uji hipotesis atau uji T menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Melalui hal tersebut dapat disimpulkan terdapat

pengaruh antara Promosi Iklan Shopee Pada Masa Pandemi COVID-19 terhadap Perilaku Konsumtif.

## 5.2 Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dengan judul “Pengaruh Promosi Iklan Shopee pada saat Pandemi COVID-19 Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi kepada pengunjung Shopee dengan karakteristik Mahasiswa)” berikut ini saran yang dianggap relevan untuk penelitian ini:

- a. Kepada mahasiswa yang merasa bahwa dirinya berperilaku konsumtif, diharapkan untuk lebih mengurangi perilaku tersebut. Karena perilaku tersebut merupakan perilaku yang negatif, yang dapat merugikan diri sendiri. Mahasiswa diharapkan juga membeli seperlunya saja pada saat promosi berlangsung, lebih berpikir kebutuhan apa yang utama dan tujuan membeli suatu barang serta tidak membeli suatu barang hanya untuk kesenangan semata.
- b. Pada e-commerce Shopee diharapkan dapat memberikan keuntungan kepada masyarakat luas, dengan keadaan yang tidak memungkinkan untuk berbelanja langsung ketempat-tempat perbelanjaan seperti mall, supermarket atau yang lain dimasa pandemi ini, belanja online merupakan salah satu jalan untuk masyarakat berbelanja tanpa keluar rumah, serta meminimalisir penyebaran virus corona yang ada di Indonesia ini.
- c. Kemudian untuk peneliti selanjutnya atau dimasa akan datang, dapat meneliti variabel lain yang berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa agar mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku tersebut, tidak hanya dari promosi Shopee saja dan diharapkan dapat lebih aware dengan segala yang ada disekitarnya bahwa ternyata banyak yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.