

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji t untuk variabel Penggunaan *SPayLater* (X) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 25.248 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($25.248 > 1,66$) dan nilai signifikansi pada taraf $\alpha = 5\%$ adalah $0.000 < 0,05$. Maka berdasarkan kriteria pengujian hipotesis secara parsial bahwa hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara Penggunaan *SPayLater* (X) terhadap *Impulse Buying* Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Universitas Negeri Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku *Impulse Buying* Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Universitas Negeri Medan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa disarankan untuk lebih bijak dalam menggunakan fasilitas *SPayLater* serta meningkatkan literasi keuangan pribadi agar tidak terjebak pada perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Diperlukan pengendalian diri dalam berbelanja dengan menerapkan batas anggaran, membuat prioritas kebutuhan, serta menghindari penggunaan fitur *paylater* untuk pembelian yang tidak mendesak.

2. Bagi Pihak Program Studi dan Universitas

Prodi Bisnis Digital diharapkan dapat menambah kegiatan edukatif seperti seminar, pelatihan, atau mata kuliah tambahan yang membahas mengenai literasi keuangan digital dan perilaku konsumsi mahasiswa di era teknologi finansial. Upaya ini penting untuk menumbuhkan kesadaran dan tanggung jawab finansial di kalangan mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan

menambah variabel lain yang mungkin juga memengaruhi belanja tidak terencana, seperti tingkat pengendalian diri, pengaruh teman sebaya,

4. atau pemahaman tentang pengelolaan uang. Selain itu, peneliti berikutnya juga bisa melakukan penelitian pada kelompok masyarakat yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada mahasiswa, misalnya pada karyawan atau ibu rumah tangga yang juga menggunakan fitur *paylater*. Hal ini penting agar hasil penelitian bisa memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai alasan di balik perilaku belanja impulsif di masyarakat.
5. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi mahasiswa, pihak akademik, maupun pengembang layanan finansial digital untuk lebih memahami dampak penggunaan *SPayLater* serta pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat dalam menghadapi kemajuan teknologi finansial.

