

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui pembahasan pada bab-bab sebelumnya bahwa tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini telah tercapai dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Didalam mobile banking terdapat kelebihan dan kelemahan. Walaupun terdapat kelemahan. kelebihan mobile banking Seperti jangkauan koneksi yang luas dan mudah diakses kapanpun dan dimanapun dapat membuat penggunaanya tetap memakai mobile banking.
2. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif individu. Faktor internal seperti di lingkungan yang ingin terpandang menyebabkan individu ingin membeli suatu produk untuk terpandang tanpa memikirkan fungsi aslinya. Sedangkan faktor eksternal yang paling utama adalah keluarga. Misalkan dalam seluruh anggota keluarga tidak ada yang bisa mengontrol untuk tidak konsumtif maka individu sendiri juga akan seperti itu dan sebaliknya. Selain itu, dampak yang didapatkan salah satunya adalah dampak negatif yang didapat seperti individu mengkonsumsi atau menggunakan barang yang canggih membuat dirinya memiliki sifat individualisme. Sedangkan, dampak positifnya adalah dengan adanya perkembangan zaman pola hidup konsumtif juga dapat mengurangi adanya pengangguran.
3. Hasil analisis terhadap peran *mobile banking* dan perilaku konsumtif yang

menggunakan metode kuesoner. Didapatkan data deskriptif membahas mengenai pernyataan serta data diri yang disimpulkan mahasiswa pengguna *mobile Banking* wilayah Gerbang Kertausila paling banyak:

- a. Berjenis kelamin perempuan
- b. Rentan di usia 20 tahun.
- c. Dalam peran *mobile mobile banking*. terdapat alasan nasabah menggunakan *M-Banking* karena:
 - 1) Kemudahan penggunaan dengan fitur didalamnya yang mudah dipahami
 - 2) Dapat digunakan kapan dan dimana saja.
 - 3) *Mobile banking* memiliki fitur yang dibutuhkan
 - 4) Menggunakan *mobile banking* adalah hal yang menyenangkan
 - 5) Kemudahan *mobile banking* membuat mahasiswa sering memakainya
- d. Dalam perilaku konsumtif. terdapat pernyataan mengenai mahasiswa wilayah Gerbang Kertausila berperilaku konsumtif :
 - 1) Membeli produk saat ada diskon
 - 2) Berani membeli produk berlabel *buy 1 get 1*
 - 3) Membeli produk yang sedang *trend* saat ini
 - 4) Lebih suka produk yang bermerek
 - 5) Membeli produk karena bagus

4. Ada hubungan antara *mobile banking* dan perilaku konsumtif. Pada tabel 4.3. terdapat beberapa pernyataan bahwa fitur-fitur yang ada dalam *mobile banking* mudah dipahami dan dapat mengifisien waktu mahasiswa dalam bertransaksi perbankan membuat mahasiswa sering menggunakan *mobile banking*. Dan pada tabel 4.4 terdapat beberapa pernyataan mahasiswa dalam memilih atau berani membeli produk tidak ketika diskon saja melainkan produk yang sedang *trend* dan bagus. Mahasiswa juga memilih lebih menyukai produk yang bermerek. Hal itu tidak jauh berhubungan dengan proses transaksi untuk membeli produk. Semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan *mobile banking* maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* berhubungan erat dengan perilaku konsumtif.

5.2 Saran dan Implikasi

5.2.1 Saran

Dari hasil penelitian mengenai “Peran *mobile banking* Mendorong Perilaku Konsumtif Mahasiswa Wilayah Gerbang Kertausila”, adapun saran yang diberikan diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan untuk kedepannya untuk penelitian selanjutnya :

1. Bagi mahasiswa wilayah Gerbang Kertausila

Bagi mahasiswa pengguna *mobile banking* wilayah Gerbang Kertausila

sebaiknya mencatat kebutuhan apa saja yang benar-benar menjadi kebutuhan atau prioritas utama. Terutama dalam bidang konsumsi mahasiswa dalam melakukan konsumsi harus bisa lebih rasional dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, agar tidak terjadi adanya perilaku konsumtif hanya karena kemudahan transaksi yang diberikan *mobile banking*.

2. Bagi peneliti lain :

Bagi yang meneliti dengan topik yang sama agar mengkaji *peran mobile banking* dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa wilayah yang sekota dengan peneliti atau mahasiswa kampus tempat peneliti sendiri ditinjau dari salah satu bank baik bank konvensional maupun bank syariah. Dengan pengambilan data langsung ke lapangan dan tidak menggunakan google form agar lebih akurat.

5.2.2 Implikasi

Adapun implikasi dari kesimpulan dan saran diatas yang ditujukan kepada mahasiswa wilayah Gerbang Kertausila diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan untuk kedepannya :

1. *Mobile banking* menjadi pilihan sebagai alat pembayaran cepat dalam transaksi pembayaran konsumsi secara online
2. Dengan *mobile banking*, mahasiswa mendapatkan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan transaksi perbankan terutama kebutuhan konsumsi

dalam belanja online.

3. Perilaku konsumtif yang terjadi pada responden penelitian ini yaitu terjadi karena faktor trend dan diskon. Daya beli yang menguat seiring dengan penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa menyebabkan terjadinya pembelian suatu barang di luar perencanaan, pertimbangan dan prioritas kebutuhan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku Pedoman penulisan dan penilaian Tugas Akhir Diploma. (2021)*, Surabaya : Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.
- Turban. (2018). pengertian *mobile banking* menurut para ahli 14 Juli 2022, <https://kumpulanpengertian.com/2020/03/pengertian-mobile-banking/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Cermati, id (2015). Kelebihan dan kekurangan *mobile banking*, <https://cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya/>
- Harmonipermata.* (2016). perilaku Konsumtif Website. Diakses <https://harmonipermata.com/perilaku-konsumtif-website/>
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Ekonomi Bisnis dan Perusahaan*, 33.
- Tentang *mobile banking*, (2022, July 2022). Fitur-fitur *Mobile banking Website*. Diakses <https://fitur-fitur-mobile-banking/perilaku-website/>
- Komala, C. & Sugilar, H.(2020). Kategori dan layanan *e-commerce* terhadap daya beli di kalangan mahasiswa. *Jurnal Benefita*, 5 (1): 129-139.
- Kompas.com. (2018). *e-commerce* yang paling dikenal masyarakat, diakses <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/08/172007426/ini-3commerce-yang-paling-dikenal-masyarakat-indonesia>.
- Syifa, L. (2019). Pengaruh kemudahan penggunaan M-Banking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.(Skripsi). Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- E-prints Perbanas. (2020). *Prosedur dan Penggunaan Mobile Banking pada Pelayanan Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Krian*
- Salmaa. (2021). *Penelitian Deskriptif: Pengertian, Kriteria, Metode, dan Contoh*. Deepublish.https://penerbitdeepublish.com/penelitian-deskriptif/#Tujuan_Penelitian_Deskriptif

- Nurriszky, W. A. (2021). *Mobile Banking, Solusi Perbankan di Masa Pandemi*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/widaapriani03/mobile-banking-solusi-perbankan-di-masa-pandemi-1wwNIJCJTJ/full>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Bijak Ber-eBanking*. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–91.
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Ardela, F. (2018). *Apa Itu Mobile Banking? Yuk Ketahui Kelebihan dan Kekurangannya!* Finansialku.Com. <https://www.finansialku.com/mobile-banking/>