

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Fear of Missing out* dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahunn Angkatan 2022 Pengguna *Platform E-Commerce Tiktok Shop*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Fear of Missing Out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahunn Angkatan 2022 Pengguna *Platform E-Commerce Tiktok Shop*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* yang dirasakan oleh mahasiswa, maka semakin meningkat pula kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan.
2. Kemudahan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahunn Angkatan 2022 Pengguna *Platform E-Commerce Tiktok Shop*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan mahasiswa dalam melakukan proses transaksi, maka semakin meningkat pula kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan.
3. Secara simultan *Fear of Missing out* dan Kemudahan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahunn

Angkatan 2022 yang Merupakan Pengguna *Platform E-Commerce* Tiktok *Shop*. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi tingkat *Fear of Missing Out* yang dirasakan serta semakin meningkat proses transaksi yang dilakukan oleh mahasiswa, maka semakin meningkat pula kecenderungan perilaku konsumtif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. *Fear of Missing Out* pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahun Angkatan 2022 Pengguna *Platform E-Commerce* Tiktok *Shop* secara umum berada pada kategori tinggi. Namun demikian, TikTok *Shop* sebaiknya lebih memperhatikan pada indikator kekhawatiran. TikTok *Shop* dapat menampilkan produk yang sedang tren serta notifikasi promo dan stok terbatas. Selain itu, rekomendasi produk yang sesuai minat juga perlu ditingkatkan agar pengguna merasa khawatir melewatkan produk yang relevan.
2. Kemudahan Transaksi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahun Angkatan 2022 Pengguna *Platform E-Commerce* Tiktok *Shop* secara umum berada pada kategori sangat tinggi. Namun demikian, TikTok *Shop* sebaiknya lebih memperhatikan pada indikator jelas dan dimengerti (*clear and understandable*). Sebaiknya TikTok *Shop* tetap mempertahankan kejelasan informasi dan alur transaksi yang sudah baik, serta terus meningkatkan desain penyajian langkah pembayaran yang lebih sederhana

dan informatif, serta penggunaan bahasa yang mudah dimengerti agar proses transaksi menjadi lebih cepat dan tidak membingungkan pengguna.

3. Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahun Angkatan 2022 Pengguna *Platform E-Commerce* Tiktok *Shop* secara umum berada pada kategori tinggi. Namun demikian, TikTok *Shop* sebaiknya lebih memperhatikan pada indikator membeli produk karena kemasannya menarik. TikTok *Shop* sebaiknya mendorong penjual untuk menggunakan kemasan yang menarik namun tetap aman dan sesuai standar dengan bahan yang berkualitas serta mampu melindungi produk selama pengiriman. Selain itu, perlu disajikan informasi kemasan yang jelas agar konsumen lebih percaya terhadap kualitas produk.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih besar serta mengembangkan variabel-variabel lain seperti, literasi keuangan, gaya hidup, pengaruh media sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Dengan demikian, hasil penelitian akan komprehensif dan dapat memberikan kontribusi yang lebih berkembang dan lebih baik.

