

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji regresi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk di aplikasi shopee. Perilaku konsumtif di shopee tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh faktor psikologis dan emosional. Keinginan untuk memuaskan diri, merasakan kebahagiaan, atau mengatasi stres dapat menjadi pendorong utama dibalik keputusan pembelian produk di aplikasi shopee. Promosi dan diskon di shopee memiliki dampak besar terhadap perilaku konsumtif, dikarenakan konsumen masyarakat Majene cenderung merespons positif terhadap penawaran khusus yang diberikan oleh Shopee yang dapat meningkatkan pembelian secara konsumtif tanpa melihat tujuan dan fungsi pembelian produk tersebut.

Lingkungan konsumen dan kemudahan pembayaran di Shopee turut berkontribusi dalam membentuk perilaku konsumtif dan juga metode pembayaran yang beragam memberikan kemudahan bagi masyarakat Majene. kemudahan akses melalui platform shopee dan pengalaman pengguna baik memafsilitasi perilaku konsumtif masyarakat Majene, proses pembelian yang mudah dan cepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat ikatan mereka dengan shopee.