

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh digitalisasi pembayaran terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Penggunaan QRIS terbukti memengaruhi niat impulse buying pada mahasiswa Muslim secara signifikan dengan arah yang negatif. Hal ini menjawab rumusan masalah pertama dan membuktikan bahwa tingginya intensitas penggunaan QRIS di lapangan justru secara nyata menurunkan kecenderungan perilaku belanja impulsif mahasiswa.
2. *Self control* terbukti berpengaruh secara signifikan dengan arah negatif terhadap niat impulse buying. Temuan ini menjawab rumusan masalah kedua, yang menegaskan bahwa lemahnya kapasitas kontrol diri secara nyata menjadi prediktor internal utama yang meningkatkan kerentanan mahasiswa terhadap belanja impulsif.
3. Penggunaan media sosial secara aktif terbukti memengaruhi niat impulse buying secara signifikan dan berarah positif. Poin ini menjawab rumusan masalah ketiga, mengindikasikan bahwa aktivitas interaktif dua arah di platform digital secara nyata bertindak sebagai akselerator yang membangkitkan dorongan belanja tidak terencana.
4. Penggunaan media sosial secara pasif (*passive social media use*) terbukti memengaruhi niat impulse buying secara signifikan dengan arah yang negatif. Poin ini menjawab rumusan masalah keempat, mengonfirmasi bahwa aktivitas yang hanya sebatas mengamati tanpa interaksi dua arah secara nyata efektif menekan stimulasi emosional belanja.
5. Melalui pengujian signifikansi penggunaan QRIS, penelitian ini berhasil menguji bahwa adopsi teknologi pembayaran pada mahasiswa Muslim didasari oleh kesadaran fungsional (efisiensi) dan transparansi finansial (*real-time history tracking*), sehingga kemudahan digital yang ada tidak otomatis berujung pada tindakan konsumtif.
6. Melalui analisis peran *self control*, penelitian ini berhasil membuktikan secara empiris bahwa signifikansi kontrol diri bertindak sebagai benteng pertahanan internal. Penurunan kapasitas kontrol diri hanya akan memicu impulse buying secara masif apabila individu mendapat stimulasi eksternal yang agresif.

7. Melalui pengujian active dan passive social media use, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa dampak media sosial harus didekonstruksi secara spesifik. Efek perilaku yang bertentangan terbukti secara signifikan saling menghilangkan jika tidak dibagi menjadi dimensi aktif (sebagai pemicu) dan pasif (sebagai pengendali).

5.2 Implikasi Penelitian

Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkaya penelitian tentang perilaku konsumen Muslim di masa digital, terutama dalam memperluas pemahaman mengenai kerangka kerja Stimulus-Organism-Response (SOR). Temuan penelitian ini memperkaya ilmu manajemen dan ekonomi Islam dengan menunjukkan secara nyata bahwa penggunaan teknologi pembayaran seperti QRIS tidak selalu menyebabkan meningkatnya konsumerisme, terutama jika didasari oleh nilai-nilai fungsionalitas atau kebutuhan yang sebenarnya.

Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dari kontrol diri terhadap pembelian impulsif memberikan sudut pandang teoritis baru mengenai fenomena self-licensing atau kelonggaran kontrol diri yang disengaja di kalangan mahasiswa. Penelitian ini berhasil menggabungkan faktor materialisme dan cara penggunaan media sosial aktif serta pasif untuk memahami perilaku belanja spontan secara lebih lengkap. Secara nyata, penelitian ini bisa dijadikan acuan strategis bagi perusahaan fintech, pelaku bisnis e-commerce, serta lembaga keuangan syariah dalam membuat fitur transaksi yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga menyediakan sistem pengelolaan keuangan yang memberi edukasi bagi generasi muda. Hasil ini sangat penting bagi mahasiswa Muslim sebagai bimbingan dalam berinteraksi lebih bijak di media sosial secara aktif dan mengelola keinginan materialistik agar tidak terjerumus ke dalam gaya hidup konsumtif yang berlebihan. Selain itu, institusi pendidikan seperti Universitas Muhammadiyah Surakarta bisa menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan dalam membuat program pelatihan literasi keuangan syariah yang lebih serius, agar membantu mahasiswa memanfaatkan dompet digital secara lebih efektif, terutama dalam situasi di mana anggaran saku mereka terbatas.

Tantangan utama dalam penelitian ini adalah adanya ketidaksesuaian dalam perilaku psikologis responden, di mana kebiasaan beli impulsif cenderung rendah, tetapi variabel kontrol diri justru memengaruhi tindakan belanja spontan secara positif. Menanggapi tantangan tersebut, penelitian ini mengungkapkan isu penting bahwa mahasiswa sering kali terjebak dalam pola pikir yang melindungi diri sendiri, di mana mereka menganggap belanja impulsif sebagai cara yang sah untuk memperingati atau memberi hadiah kepada diri sendiri atas pencapaian akademis yang telah mereka capai. Tantangan dalam metode penelitian terkait

sejauh mana model cocok dengan data (model fit) dalam Structural Equation Modeling (SEM) berhasil diatasi dengan baik; meskipun ada beberapa indikator yang hanya cukup (marginal fit), struktur empiris secara keseluruhan tetap dianggap stabil dan valid dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

Hasil penelitian ini membuka kemungkinan besar untuk penelitian lebih lanjut, khususnya untuk mengeksplorasi lebih dalam mengapa penggunaan QRIS justru berkorelasi negatif dengan pembelian impulsif pada mahasiswa Muslim. Peneliti berikutnya masih memiliki kesempatan untuk menambahkan variabel-variabel keagamaan yang lebih spesifik, seperti tingkat kedalaman iman, konsep *qana'ah* yang artinya merasa cukup dengan apa yang dimiliki, atau pemahaman mengenai *israf* yang merujuk pada sikap berlebih-lebihan, sebagai variabel yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Selain itu, ada kesempatan untuk memperluas kelompok populasi penelitian, tidak hanya terbatas pada lingkungan Universitas Muhammadiyah Surakarta, tetapi juga secara perbandingan antara perguruan tinggi negeri dan swasta yang berbasis agama lain di Indonesia, sehingga dapat diperoleh generalisasi model yang lebih luas.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Arah Bagi Peneliti Selanjutnya

Meskipun penelitian ini telah diupayakan berjalan secara optimal, masih terdapat keterbatasan teknis terkait adanya 3,9% responden (12 orang) yang menyatakan "Tidak Pernah" menggunakan QRIS. Peneliti tetap menyertakan data kelompok ini sebagai *minority outliers* demi menjaga integritas dan objektivitas data lapangan, sekaligus menjadi titik dasar (*baseline*) untuk melihat sebaran adopsi teknologi finansial yang belum merata sepenuhnya. Secara metodologis, jumlah yang berada di bawah ambang batas 5% ini tidak memberikan dampak signifikan yang dapat mendistorsi hasil riset, melainkan justru memperkaya perspektif mengenai gradasi intensitas penggunaan teknologi di kalangan mahasiswa Muslim.

Keterbatasan berikutnya terletak pada lingkup spasial dan jumlah responden yang relatif minim serta homogen, di mana pengumpulan data didominasi oleh mahasiswa Muslim dari Universitas Muhammadiyah Surakarta. Keterbatasan ini membuat generalisasi hasil penelitian menjadi terbatas dan belum tentu dapat merepresentasikan perilaku seluruh mahasiswa Muslim di Indonesia secara makro. Karakteristik budaya, kebijakan kampus, serta ekosistem digital lokal yang spesifik di wilayah tersebut berpotensi memberikan warna tersendiri pada hasil pengujian variabel yang belum tentu sama jika diterapkan di wilayah atau institusi lain.

Sebagai rekomendasi untuk mengatasi keterbatasan tersebut, peneliti selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah riset dan memperketat

kriteria responden melalui *screening question* yang lebih spesifik. Selain itu, guna memperdalam analisis perilaku ekonomi Islam, penelitian mendatang perlu melakukan penambahan variabel konseptual yang lebih kaya, seperti mengintegrasikan dimensi religiositas dan produk-produk turunannya—misalnya prinsip *qana'ah* (merasa cukup), pemahaman atas larangan *israf* (berlebih-lebihan), serta tingkat literasi keuangan syariah. Penambahan variabel-variabel keagamaan ini diharapkan dapat membedah secara lebih komprehensif sejauh mana nilai spiritual mampu memoderasi dorongan belanja impulsif di era digitalisasi pembayaran.