

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil uji hipotesis koefisien korelasi *pearson product moment* pada variabel kepuasan konsumen dengan perilaku konsumtif menunjukkan hasil $\text{sig } 0,000 \leq 0,05$ yang artinya H_a berhasil diterima dan H_0 berhasil ditolak yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kepuasan konsumen dengan perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa di Karawang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan terkait dengan beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, maka terdapat beberapa saran yang diberikan, diantaranya:

1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini agar dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam proses pengambilan keputusan untuk berbelanja menggunakan media *online*, mahasiswa agar dapat bijak dalam melakukan berbelanja *online*, dan selalu berhati-hati dalam memilih produk sehingga tidak terjebak pada persaan menyesal setelah melakukan pembelian barang dan menghindari pembelian berulang untuk barang-barang yang tidak begitu dibutuhkan.

2. Bagi penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menambah beberapa faktor lain dalam penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih dalam seperti: keadaan ekonomi, gaya hidup dan lain-lain.

