

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Gambaran Live TikTok Produk Pakaian Preloved Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis

Live TikTok produk pakaian preloved memberikan pengalaman belanja yang interaktif dan menarik bagi mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Melalui siaran langsung, mahasiswa dapat melihat visualisasi produk secara nyata, berinteraksi langsung dengan host, serta memperoleh informasi produk secara cepat. Kondisi ini menjadikan Live TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai referensi utama dalam aktivitas belanja yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

2. Pengaruh Frekuensi Menonton Live Piktok Pakayan Preloved Terhadap Frekuensi Pembelian dan Jumlah Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis

Frekuensi menonton Live TikTok produk pakaian preloved berpengaruh terhadap meningkatnya frekuensi pembelian dan jumlah pengeluaran mahasiswa hal ini di buktikan dengan nilai Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Live TikTok memiliki nilai

t_{hitung} sebesar 10,593 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, Mahasiswa yang lebih sering menonton Live TikTok cenderung lebih sering melakukan pembelian dan mengalokasikan pengeluaran yang lebih besar. Hal ini dipengaruhi oleh kebiasaan menonton siaran live, kemudahan transaksi, serta dorongan emosional yang muncul selama proses live streaming berlangsung.

3. Pengaruh Produk Pakaian Preloved Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa

Produk pakaian preloved berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa dengan arah pengaruh negatif dengan nilai t_{hitung} sebesar -2,530 dengan signifikansi $0,013 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa memilih pakaian preloved, maka pola konsumsi mereka menjadi lebih hemat dan terkontrol. Mahasiswa lebih selektif dalam berbelanja, mengurangi pembelian impulsif, serta menyesuaikan pengeluaran dengan kemampuan finansial, sehingga mencerminkan perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab

4. Pengaruh Promosi dan Diskon Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis

Promosi dan diskon produk pakaian preloved berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dengan nilai t_{hitung} sebesar 13,993 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berbagai bentuk

promosi seperti potongan harga, cashback, gratis ongkir, dan flash sale mendorong mahasiswa untuk meningkatkan intensitas pembelian. Sensitivitas mahasiswa terhadap harga menjadikan promosi dan diskon sebagai faktor penting dalam membentuk keputusan dan pola konsumsi.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Terkait variabel Live TikTok

Mahasiswa disarankan untuk mengendalikan frekuensi menonton Live TikTok, khususnya konten *live shopping*, dengan membatasi waktu menonton dan menghindari kebiasaan menonton secara berulang tanpa tujuan yang jelas. Mahasiswa juga perlu lebih kritis terhadap strategi pemasaran seperti ajakan host yang persuasif, tampilan produk yang menarik, serta penawaran terbatas waktu agar tidak mudah terdorong melakukan pembelian impulsif.

2. Terkait variabel pakaian preloved

Mahasiswa dianjurkan untuk terus memanfaatkan pakaian preloved sebagai alternatif konsumsi yang lebih hemat dan rasional. Dalam memilih pakaian preloved, mahasiswa perlu tetap memperhatikan kualitas, kondisi, dan nilai guna produk agar pembelian yang dilakukan benar-benar sesuai kebutuhan. Dengan demikian, pakaian preloved dapat membantu

mahasiswa menekan pengeluaran serta membentuk pola konsumsi yang lebih terkontrol dan bertanggung jawab.

3. Terkait variabel promosi dan diskon

Mahasiswa diharapkan tidak menjadikan promosi dan diskon sebagai alasan utama dalam melakukan pembelian, melainkan sebagai pertimbangan tambahan setelah kebutuhan benar-benar terpenuhi. Mahasiswa perlu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menghindari pembelian hanya karena adanya potongan harga, cashback, atau flash sale, sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumsi yang bersifat impulsif.

4. Terkait pengelolaan pola konsumsi

Mahasiswa disarankan untuk menyusun anggaran pengeluaran bulanan dan menetapkan prioritas kebutuhan agar pola konsumsi tetap sesuai dengan kemampuan finansial. Selain itu, mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan dengan cara mencatat pengeluaran dan mengevaluasi kebiasaan belanja secara berkala, sehingga konsumsi menjadi lebih terencana dan terkendali.

6.2.1 Bagi Peneliti Yang Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, seperti gaya hidup, pengaruh influencer, literasi keuangan, kontrol diri, serta faktor sosial dan psikologis lainnya.

2. Peneliti selanjutnya juga disarankan menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*), agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam.