

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan dari analisis data yang dilakukan dan pembahasan seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dinamika Kontrol Diri Pengguna *E-commerce* Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Kediri) yakni keempat subjek merasa ada perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*. Awalnya mereka biasa-biasa saja dalam berbelanja online namun saat pandemic mereka justru lebih sering belanja online. Mereka juga terlibat dalam *event* yang diselenggarakan oleh *e-commerce* dan aktif menggunakan fitur ShopeePayLater.

Selain itu keempat subjek memiliki kontrol diri yang cukup baik. Mereka mampu mengendalikan perilaku, kognitif dan mengontrol keputusan saat berbelanja online menggunakan fitur ShopeePayLater. Mereka juga mengetahui batasan kemampuan yang mereka miliki.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kontrol Diri Pengguna *E-commerce* Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus pada mahasiswa IAIN Kediri) yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam dirinya dan faktor eksternal berasal dari lingkungan keluarga, ekonomi dan teman sebaya.

## **B. SARAN**

### 1. Bagi mahasiswa

Bagi mahasiswa yang menggunakan fitur ShopeePayLater diharapkan sebisa mungkin untuk meminimalisir perilaku mengutang di fitur ShopeePayLater dengan cara menabung dan menghemat terlebih dahulu.

### 2. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat diharapkan untuk lebih bijak lagi dalam berbelanja online menggunakan fitur ShopeePayLater karena pada fitur ShopeePayLater terdapat bank-bank yang menaungi sehingga semakin lama menunda pembayaran maka semakin tinggi pula bunga yang didapat. Maka dari itu untuk mencegah dan menghindari kemungkinan untuk berbelanja online menggunakan ShopeePayLater masyarakat harus lebih memperhatikan dengan saksama.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang, hendaknya perlu ditambahkan terkait dengan variabel lain pada pengguna *e-commerce* dimasa pandemi Covid-19 khususnya pada pengguna ShopeePayLater, seperti pembelian impulsif, perilaku konsumen dan yang lainnya yang tidak disebutkan dalam penelitian ini sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih dimaksimalkan dan hasil yang lebih baik.