

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti mulai dari tahap pengumpulan hingga pengolahan data serta analisis yang dilakukan terkait pengaruh *cashback*, *locus of control*, dan *financial knowledge* terhadap penggunaan shopee paylater dengan *Islamic ethics* sebagai variabel moderasi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Cashback* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan shopee paylater dengan nilai signifikansi $0,017 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,442 > t_{tabel} (1,98638)$. Artinya, semakin tinggi *cashback* yang ditawarkan maka semakin tinggi pula dalam penggunaan shopee paylater. Konsumen lebih tertarik adanya jumlah *cashback* yang ditawarkan, kesesuaian intensitas dalam pemberian *cashback* dan kecepatan dalam pemberian *cashback* dengan kaitannya dalam penggunaan shopee paylater.
2. *Locus of control* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan shopee paylater dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 6,229 > t_{tabel} (1,98683)$. Kemampuan *locus of control* terhadap penggunaan shopee paylater di pengaruhi oleh dimensi *internal locus of control* dan *external locus of control*.
3. *Financial knowledge* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan shopee paylater dengan nilai signifikansi $0,209 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,266 < t_{tabel} (1,98638)$. Hal ini ini tidak berdampak atau mengubah perilaku yang akan dilakukan oleh konsumen.
4. *Islamic ethics* secara parsial tidak mampu memoderasi pengaruh antara *cashback* terhadap penggunaan shopee paylater, hal ini ditunjukkan dengan nilai sign interaksi antara *cashback* dengan *Islamic ethics* sebesar $0,250 > 0,05$ dengan nilai $t_{hitung} -1,159 < t_{tabel} (1,98638)$. Maka, H_4 ditolak.
5. *Islamic ethics* secara parsial tidak mampu memoderasi pengaruh antara *locus of control* terhadap penggunaan shopee paylater, hal ini ditunjukkan dengan nilai sign interaksi antara *locus of control* dengan *Islamic ethics* sebesar $0,653 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,728 < t_{tabel} (1,98638)$. Maka, H_5 ditolak.
6. *Islamic ethics* secara parsial tidak mampu memoderasi pengaruh antara *financial knowledge* terhadap penggunaan shopee paylater dapat diketahui dengan ditunjukkan dengan

nilai sign interaksi antara *financial knowledge* dengan *Islamic ethics* sebesar $0,978 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,028 < t_{tabel} (1,98638)$. Maka, H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, semoga dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun saran yang diberikan oleh beberapa pihak sebagaimana berikut:

1. Bagi pihak perusahaan yaitu Shopee dengan PT Commerce Finance sebagai penyedia layanan Shopee paylater, dapat memberikan informasi yang lebih detail mengenai *paylater* dan disebarluaskan melalui media sosial *official* perusahaan.
2. Bagi pengguna Shopee paylater, dapat menggunakan menu *paylater* dengan sebaik-baiknya dan dapat mempertanggung jawabkan pinjaman yang digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan acuan dan mampu mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang dapat memberikan perbedaan serta memberikan pengetahuan lebih banyak terkait variabel lain yang dapat mempengaruhi penggunaan shopee paylater.