

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang Pengaruh literasi keuangan dan penyesuaian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar Dengan besaran nilai t hitung $-5.517 > 1,65993$. Hal ini berarti memberikan makna bahwa tingginya perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan. Sehingga dapat diartikan semakin tinggi literasi keuangan maka akan mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Terdapat pengaruh penyesuaian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar Dengan besaran nilai t hitung $-4.101 > 1,65993$. Hal ini berarti memberikan makna bahwa tingginya perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan oleh rendahnya penyesuaian diri. Sehingga dapat diartikan semakin tinggi penyesuaian diri maka akan mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Terdapat pengaruh secara simultan antara literasi keuangan dan penyesuaian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi dan kontribusi atau sumbangan yang diberikan variabel literasi

keuangan dan penyesuaian diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 41,1% sedangkan sisanya sebesar 58,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah diperoleh dan pembahasan yang ada, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Diharapkan kepada mahasiswa untuk meningkatkan pemahaman mengenai literasi keuangan yang dimilikinya agar dapat mengontrol dan menyesuaikan diri dalam melakukan konsumsi, agar dapat menghindari terjadinya perilaku konsumtif.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya yang akan meneliti dengan permasalahan yang sama disarankan untuk dapat memilih subjek penelitian dengan karakteristik yang berbeda dan lebih luas lagi, dan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, sehingga dapat mengembangkan ilmu pengetahuan.