BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Literasi Keuangan, dan *E-money* Terhadap Perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Jambi. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan dengan metode analisis Partial Least Square (PLS), dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,279 dan nilai (T-statistic) $3,440 > 1,96$ (T-table) dan nilai P-Values $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, yang berarti semakin tinggi gaya hidup maka perilaku konsumtif mahasiswa akan meningkat. bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari kegiatan sehari-hari yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh mereka peduli dengan hal tersebut. Hal ini membuat generasi Z memilih sebuah produk atau brand yang digunakan untuk tampil didepan publik dipengaruhi oleh kegiatan, minat, dan opininya, sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif orang tersebut.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan media sosial terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,159 dan nilai (T-statistic) $2,194 > 1,96$ (T-table) dan nilai P-Values $0,0028 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering menggunakan media sosial seseorang, semakin sering pula kemungkinan perilaku konsumtifnya, atau dengan kata lain, media sosial memiliki pengaruh positif pada perilaku konsumtif seseorang. Hal ini dikarenakan seringnya melihat produk yang di promosikan oleh

media sosial yang diikuti dan ditemui di media sosial, sehingga tertarik untuk membeli produk atau jasa tersebut. Selain itu dengan adanya perbincangan suatu produk di media sosial membuat generasi Z ingin membelinya dan mengakibatkan perilaku konsumtif meningkat.

3. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda negatif sebesar $-0,281$ dan nilai (T-statistic) $2,666 > 1,96$ (T-table) dan nilai P-Values $0,008 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan apabila semakin tinggi tingkat pengetahuan literasi keuangan mahasiswa maka akan mengakibatkan semakin rendah pola perilaku konsumtif mahasiswa dan sebaliknya. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku mahasiswa dalam membuat keputusan keuangan, maka akan menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli produk dengan jumlah yang lebih serta mengurangi pembelian produk yang kurang dibutuhkan.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar $0,259$ dan nilai (T-statistic) $2,842 > 1,96$ (T-table) dan nilai P-Values $0,005 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, yang berarti ketika pemakaian *e-money* tinggi maka perilaku konsumtif mahasiswa akan meningkat. Kehadiran *e-money* yang digunakan sebagai instrumen dalam pembayaran berbasis aplikasi ini menghilangkan kendala dan memudahkan dalam setiap transaksi sehingga memiliki potensi yang cukup besar untuk meningkatkan perilaku konsumtif.

6.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan yang telah di berikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Generasi Z

Untuk generasi Z disarankan untuk mengurangi perilaku gaya hidup yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada saat melakukan kegiatan, minat dan opini, generasi Z harus mampu membatasi diri dengan mengutamakan kebutuhannya dari pada keinginan dan lebih memahami tentang mengelola keuangan pribadinya serta harus didampingi kontrol diri agar tidak melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan, untuk mengurangi perilaku konsumtif generasi Z juga harus melakukan pemilahan konten yang ada di media sosial mereka yang mempromosikan barang atau gaya hidup konsumtif, dibantu dengan literasi Keuangan, misalnya memposisikan uang sesuai kebutuhan, bukan keinginan. Apalagi dengan adanya teknologi *e-money* generasi Z di harapkan menggunakan dengan lebih bijak sehingga tidak berdampak terhadap perilaku konsumtif, misalnya tidak mudah tergiur terhadap promo-promo yang ditawarkan, Aktifkan fitur pembatasan transaksi pada aplikasi e-money. Gunakan e-money hanya untuk hal penting, seperti transportasi atau belanja kebutuhan bulanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel penelitian diluar variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini terutama kontrol diri, sehingga bisa didapatkan secara lebih luas tentang hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z.