

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis diketahui, penggunaan *cashless payment* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Cirebon. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,646, yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,660, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *cashless payment*, maka semakin meningkat pula perilaku konsumtif Generasi Z. Kemudahan transaksi non-tunai mendorong frekuensi pembelian dan meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif.
2. Berdasarkan hasil analisis, literasi keuangan Generasi Z di Kota Cirebon berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung}$  6,903  $>$   $t_{tabel}$  1,660 dengan signifikansi 0,00 ( $< 0,05$ ) menunjukkan bahwa literasi keuangan tinggi pada Generasi Z berkorelasi negatif dengan perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan baik lebih bijak mengelola keuangan, membedakan kebutuhan dari keinginan, dan mengendalikan dorongan konsumsi berlebihan.
3. Berdasarkan uji hipotesis pengaruh langsung, penggunaan media sosial pada Generasi Z di Kota Cirebon berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung}$  5,599  $>$   $t_{tabel}$  1,660 dengan signifikansi 0,00 ( $< 0,05$ ) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tinggi meningkatkan perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Cirebon. Hal ini disebabkan paparan konten promosi, tren, dan gaya hidup di media sosial yang mendorong frekuensi dan impulsivitas pembelian.
4. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa *cashless payment*, literasi keuangan dan media sosial berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Cirebon.

## B. Implikasi

1. Pengaruh positif dan signifikan penggunaan *cashless payment* terhadap perilaku konsumtif mengimplikasikan bahwa kemudahan transaksi non-tunai perlu disikapi secara lebih bijak oleh Generasi Z. Intensitas penggunaan *cashless payment* yang tinggi tanpa pengendalian dapat mendorong peningkatan pembelian impulsif dan frekuensi konsumsi yang berlebihan. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran individu dalam mengatur penggunaan metode pembayaran non-tunai serta peran pihak terkait, seperti lembaga keuangan dan pemerintah, dalam memberikan edukasi mengenai penggunaan *cashless payment* yang bertanggung jawab.
2. Pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mengimplikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan merupakan faktor penting dalam menekan perilaku konsumsi berlebihan pada Generasi Z. Individu dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung mampu mengelola pendapatan, menyusun prioritas kebutuhan, serta mengendalikan dorongan konsumtif. Dengan demikian, penguatan program edukasi dan sosialisasi literasi keuangan perlu terus ditingkatkan, baik melalui pendidikan formal, keluarga, maupun lembaga terkait, sebagai upaya membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional.
3. Pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif mengimplikasikan bahwa tingginya intensitas akses media sosial dapat meningkatkan kecenderungan konsumsi impulsif akibat paparan iklan, promosi, dan gaya hidup. Oleh karena itu, Generasi Z perlu memiliki kemampuan literasi digital agar lebih kritis dalam menyaring informasi dan konten promosi yang diterima. Selain itu, pelaku usaha dan pengelola platform media sosial diharapkan dapat menyajikan konten pemasaran yang lebih etis dan tidak mendorong perilaku konsumsi berlebihan.
4. Pengaruh simultan *cashless payment*, literasi keuangan, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif mengimplikasikan bahwa perilaku konsumsi

Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, pengetahuan keuangan, dan lingkungan digital. Oleh karena itu, upaya pengendalian perilaku konsumtif tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan pendekatan terpadu. Peningkatan literasi keuangan harus diimbangi dengan pengelolaan penggunaan *cashless payment* serta pemanfaatan media sosial secara bijak agar perilaku konsumsi Generasi Z dapat lebih terarah dan berkelanjutan.

### C. Saran

1. Bagi Generasi Z di Kota Cirebon: Generasi Z di Kota Cirebon disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan dan menerapkan pengelolaan keuangan yang lebih bijak dalam menghadapi kemudahan transaksi melalui *cashless payment* serta intensitas penggunaan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cashless payment*, literasi keuangan, dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, Generasi Z perlu meningkatkan pemahaman dalam perencanaan keuangan, mengontrol penggunaan metode pembayaran non-tunai agar tidak mendorong pengeluaran impulsif, serta lebih selektif dalam menyikapi konten promosi dan gaya hidup yang ditampilkan di media sosial. Dengan demikian, perilaku konsumtif dapat dikendalikan dan disesuaikan dengan kemampuan finansial yang dimiliki.
2. Bagi penelitian selanjutnya: Penulis selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif, seperti kontrol diri, gaya hidup, pendapatan, atau pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, peneliti berikutnya dapat memperluas objek dan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh lebih general dan representatif. Penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau *mixed methods*, juga disarankan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumtif

Generasi Z, khususnya dalam kaitannya dengan penggunaan *cashless payment*, literasi keuangan, dan media sosial.

