BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka dapat dikesimpulan bahwa penelitian mengenai pengaruh Literasi Keuangan (X1), Persepsi Risiko (X2), dan Lingkungan Sosial (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan Gaya Hidup *Hedonisme* (Z) sebagai variabel mediasi pada pengguna Shopee PayLater Generasi Z di Kabupaten Kuningan menunjukkan hasil sebagai berikut :

a. Literasi Keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup *Hedonisme* pengguna Shopee PayLater. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan pengguna, maka kecenderungan gaya hidup *hedonisme* pengguna juga semakin meningkat.
b. Persepsi Risiko secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Gaya Hidup *Hedonisme* pengguna Shopee PayLater. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko pengguna terhadap penggunaan Shopee PayLater, maka kecenderungan gaya hidup *hedonisme* pengguna akan semakin rendah.
c. Lingkungan Sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup *Hedonisme* pengguna Shopee PayLater. Artinya, semakin tinggi pengaruh lingkungan sosial yang diterima pengguna, maka kecenderungan gaya hidup *hedonisme* pengguna juga semakin tinggi.
d. Literasi Keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan pengguna, maka perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater juga cenderung meningkat.
e. Persepsi Risiko secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki pengguna, maka perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater akan semakin rendah.

f. Lingkungan Sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater. Artinya, semakin tinggi pengaruh lingkungan sosial yang diterima pengguna, maka perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater juga akan semakin tinggi.
g. Gaya Hidup *Hedonisme* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater. Artinya, semakin tinggi kecenderungan gaya hidup *hedonisme* individu, maka perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater juga semakin tinggi.
h. Gaya Hidup *Hedonisme* mampu memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya memengaruhi perilaku konsumtif secara langsung, tetapi juga melalui pembentukan gaya hidup *hedonisme*.
i. Gaya Hidup *Hedonisme* mampu memediasi pengaruh Persepsi Risiko terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater secara signifikan dengan arah pengaruh negatif. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya persepsi risiko dapat menurunkan kecenderungan gaya hidup *hedonisme* sehingga perilaku konsumtif pengguna juga menurun.
j. Gaya Hidup *Hedonisme* mampu memediasi pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial dapat meningkatkan perilaku konsumtif secara tidak langsung melalui pembentukan gaya hidup *hedonisme* pengguna Shopee PayLater.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan teori dan literatur mengenai literasi keuangan, persepsi risiko, lingkungan sosial, gaya hidup *hedonisme*, serta kaitannya dengan perilaku konsumtif pengguna layanan PayLater. Selain itu, hasil penelitian

ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti maupun akademisi dalam mengembangkan penelitian serupa, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumsi generasi Z pada era digital dan perkembangan *financial technology* (fintech).

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, variabel literasi keuangan, persepsi risiko, dan lingkungan sosial hanya mampu menjelaskan gaya hidup *hedonisme* sebesar 22,3%, sedangkan variabel literasi keuangan, persepsi risiko, lingkungan sosial, dan gaya hidup *hedonisme* mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 50,9%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang dapat memengaruhi gaya hidup *hedonisme* dan perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti kontrol diri, pendapatan, *impulsive buying*, promosi, media sosial, kemudahan penggunaan aplikasi, maupun faktor lainnya yang berpotensi memengaruhi gaya hidup *hedonisme* dan perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian, menambah jumlah sampel, serta menggunakan metode penelitian yang lebih beragam agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

c. Bagi Generasi Z Pengguna Shopee PayLater

Dari aspek literasi keuangan, Generasi Z diharapkan mampu meningkatkan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan pribadi, seperti membuat perencanaan keuangan, mengatur pengeluaran, serta memahami risiko penggunaan layanan PayLater. Dengan pemahaman keuangan yang baik, pengguna diharapkan dapat menggunakan Shopee PayLater secara lebih bijak dan terkontrol.

Dari aspek persepsi risiko, pengguna Shopee PayLater perlu meningkatkan kesadaran terhadap risiko penggunaan layanan kredit digital, seperti bunga, denda keterlambatan, penumpukan tagihan, serta potensi masalah keuangan di masa mendatang. Kesadaran terhadap risiko tersebut diharapkan dapat membantu pengguna lebih rasional dalam mengambil keputusan konsumsi.

Dari aspek lingkungan sosial, Generasi Z diharapkan lebih mampu menyaring pengaruh lingkungan pertemanan maupun media sosial yang mendorong perilaku konsumtif dan gaya hidup *hedonisme*. Pengguna perlu lebih bijak dalam mengikuti tren serta tidak mudah terdorong melakukan pembelian hanya demi memenuhi gengsi atau pengakuan sosial.

Dari aspek gaya hidup *hedonisme*, pengguna Shopee PayLater diharapkan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan sehingga tidak mudah melakukan konsumsi berlebihan demi kesenangan sesaat. Pengendalian diri dalam berbelanja perlu ditingkatkan agar penggunaan PayLater tidak menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari.

d. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Lembaga terkait seperti Otoritas Jasa Keuangan diharapkan dapat meningkatkan edukasi dan sosialisasi mengenai penggunaan layanan PayLater secara bijak, khususnya kepada Generasi Z. Edukasi tersebut dapat dilakukan melalui seminar, media sosial, maupun program literasi keuangan digital agar masyarakat lebih memahami manfaat, risiko, serta dampak perilaku konsumtif dari penggunaan layanan kredit digital.

e. Bagi Platform Shopee PayLater

Pihak penyedia layanan Shopee PayLater diharapkan dapat meningkatkan edukasi kepada pengguna mengenai pengelolaan penggunaan PayLater secara bijak, seperti memberikan informasi yang lebih jelas terkait bunga, denda, batas penggunaan, serta risiko keterlambatan pembayaran. Selain itu, fitur pengingat pembayaran dan edukasi keuangan digital dapat terus dikembangkan untuk membantu pengguna mengontrol perilaku konsumtif dalam penggunaan layanan PayLater.