BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh perencanaan keuangan, gaya hidup hedonisme, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dalam belanja online pada Generasi Z di Kecamatan Kalimanggis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan, perencanaan keuangan, gaya hidup hedonisme, dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 73,0%, sedangkan sisanya sebesar 27,0% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.
2. Perencanaan keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik perencanaan keuangan yang dimiliki oleh Generasi Z, maka perilaku konsumtif dalam belanja online akan semakin menurun. Individu yang mampu mengatur keuangan dengan baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan pembelian.
3. Gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi tingkat gaya hidup hedonisme seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Generasi Z yang cenderung mengikuti tren dan mengutamakan kesenangan lebih mudah melakukan pembelian impulsif.
4. Kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki individu, maka perilaku konsumtif akan semakin menurun. Individu dengan kontrol diri yang baik mampu menahan dorongan untuk melakukan pembelian yang tidak diperlukan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh mengenai pengaruh perencanaan keuangan, gaya hidup hedonisme, dan kontrol diri terhadap perilaku

konsumtif dalam belanja online pada Generasi Z di Kecamatan Kalimanggis, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel perencanaan keuangan, pernyataan dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator X1_5 yaitu "saya tetap menyisihkan uang untuk menabung meskipun sering berbelanja online" dengan nilai mean sebesar 2,23. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada Generasi Z di Kecamatan Kalimanggis untuk lebih membiasakan diri menyisihkan uang untuk menabung dan mengurangi pengeluaran yang kurang diperlukan agar kondisi keuangan tetap terkontrol dengan baik.
2. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel gaya hidup hedonisme, pernyataan dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator X2_1 yaitu "saya senang menghabiskan waktu untuk melihat-lihat produk di aplikasi atau situs belanja online" dengan nilai mean sebesar 3,20. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada Generasi Z di Kecamatan Kalimanggis untuk lebih bijak dalam menggunakan media belanja online agar tidak mudah terdorong melakukan pembelian yang berlebihan akibat pengaruh tren dan gaya hidup.
3. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel kontrol diri, pernyataan dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator X3_8 yaitu "saya mampu menunda pembelian produk meskipun produk tersebut sedang tren" dengan nilai mean sebesar 2,07. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada Generasi Z di Kecamatan Kalimanggis untuk meningkatkan kemampuan dalam mengendalikan keinginan berbelanja dan lebih mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan agar terhindar dari perilaku konsumtif.
4. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel perilaku konsumtif, pernyataan dengan nilai mean tertinggi terdapat pada indikator Y6 yaitu "saya bersedia mengeluarkan uang lebih untuk meningkatkan penampilan saya" dengan nilai mean sebesar 3,22. Hal tersebut menunjukkan bahwa penampilan menjadi salah satu faktor yang mendorong perilaku konsumtif pada Generasi Z. Oleh karena itu, Generasi Z di Kecamatan Kalimanggis

diharapkan dapat lebih bijak dalam mengelola pengeluaran terkait penampilan agar tidak melakukan pembelian secara berlebihan.

5. Dikarenakan keterbatasan dalam penelitian ini, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mencari referensi atau sumber pembelajaran yang lebih lengkap serta menambahkan atau mengembangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian agar hasil yang diperoleh lebih akurat dan bervariasi.