

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa, *financial attitude*, pendapatan, dan media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, namun variabel *financial literacy* tidak terbukti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Bekasi. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

##### **1. *Financial Literacy* Tidak Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis pertama (H1) yaitu *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dapat dibuktikan dengan nilai p-value 0,453 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan nilai t-statistik 0,751 lebih kecil dari t-tabel yaitu 1,975. Sehingga hasil penelitian ini menyatakan bahwa *financial literacy* tidak ada pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ramadhani, 2019) dan (Kusumaningtyas & Sakti, 2017) yang menyatakan *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Karena generasi milenial di Kota Bekasi sebenarnya sudah mempunyai pengetahuan keuangan yang cukup baik, namun pengetahuan yang didapat belum diaplikasikan kedalam kehidupan sehari-hari. Sebab generasi milenial di Kota Bekasi memahami *financial literacy* hanya sebagai pengetahuan saja dan tidak menjamin bahwa *financial literacy* yang diterima dapat meningkatkan tingkat literasi keuangan generasi milenial tersebut. Sehingga variabel *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap tinggi atau turunnya perilaku konsumtif.

##### **2. *Financial Attitude* Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis kedua (H2) yaitu *financial attitude* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dapat dibuktikan dengan nilai p-value 0,008 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai t-statistik 2,655 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,975. Dengan nilai original sampel 0,215. Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial attitude* ada pengaruhnya terhadap

perilaku konsumtif. Semakin tinggi *financial attitude* semakin tinggi juga perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018) bahwa *financial attitude* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. *Financial attitude* yang dimiliki oleh generasi milenial di Kota Bekasi sebenarnya lebih kearah negatif sebab generasi milenial di Kota Bekasi menganggap *financial attitude* sebagai *power* yang dimana dengan uang yang mereka miliki, mereka bisa membeli ataupun memenuhi keinginan mereka. Dengan begitu sikap keuangan mempunyai peran dalam pembelian kompulsif di kalangan generasi milenial di Kota Bekasi. Secara otomatis akan menimbulkan keinginan untuk membelanjakan uangnya atau berperilaku konsumtif.

### **3. Pendapatan Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis ketiga (H3) yaitu pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dapat dibuktikan dengan nilai p-value 0,036 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai t-statistik 2,103 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,975. Dengan nilai original sampel 0,190. Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan ada pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi pendapatan semakin tinggi juga perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutriati et al., 2018) dan (Hardiyanti, 2019) bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Karena pendapatan yang dimiliki oleh generasi milenial di Kota Bekasi cukup tinggi, dan juga generasi milenial di Kota Bekasi yang mengisi kuisisioner banyak yang berumur 18-26 yang dimana pada rentang usia tersebut belum mempunyai pengeluaran yang terlalu besar dan belum berkeluarga, sehingga pendapatan yang mereka terima digunakan untuk memenuhi keinginan mereka dan gaya hidup.

### **4. Media Sosial Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis keempat (H4) yaitu media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dapat dibuktikan dengan nilai p-

value 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai t-statistik 3,946 lebih besar dari t-tabel yaitu 1,975. Dengan nilai original sampel 0,305. Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial ada pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi penggunaan media sosial semakin tinggi juga perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Ninik Srijani, 2018) bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Karena penggunaan media sosial generasi milenial di Kota Bekasi cukup tinggi. Hal ini dikarenakan dalam menggunakan media sosial kita bisa melihat online shop yang menawarkan berbagai macam produk dan barang, fasilitas kemudahan dan harga yang menarik, yang mana ini dapat memudahkan bagi generasi milenial dalam membeli suatu produk tanpa harus keluar rumah. Dalam hal ini generasi milenial di Kota Bekasi banyak menggunakan *e-commerce* shopee dalam bertransaksi dan berbelanja yang dimana mampu mempengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial dalam memenuhi semua kebutuhan dan keinginannya.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap generasi milenial di Kota Bekasi, maka implikasi manajerialnya adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Pemerintah**

Bagi pemerintah disarankan untuk memberikan edukasi seperti mengadakan seminar atau *workshop* mengenai *financial attitude* atau sikap keuangan yang baik kepada generasi milenial sekarang. Agar generasi milenial dapat mempunyai sikap keuangan yang baik untuk masa depannya dan kehidupan sehari-harinya. Dengan generasi milenial mempunyai sikap keuangan yang baik maka mereka bisa menyikapi keuangan pribadi agar tidak berperilaku konsumtif. Bagi pemerintah diharapkan untuk mengatur segala kebijakan yang terkait upah dan gaji bagi para pekerja atau karyawan agar dari pendapatan tersebut diharapkan dapat mengubah kehidupan mereka agar lebih baik dan sejahtera. Dengan generasi milenial mempunyai pendapatan maka diharapkan pendapatan yang mereka terima digunakan dengan baik dan bijak agar terhindar dari perilaku konsumtif. Bagi pemerintah diharapkan untuk memberikan edukasi melalui media sosial mengenai

pemanfaatan pemakaian media sosial yang baik agar memacu generasi milenial sekarang untuk lebih kreatif dalam menggunakan media sosial. Supaya generasi milenial dalam menggunakan media sosial tidak digunakan untuk berbelanja dan tidak mudah terpengaruh terhadap barang yang dipromosikan lewat media sosial.

Dengan menyadari bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, oleh karena itu bagi pemerintah diharapkan untuk mengadakan edukasi mengenai pengetahuan keuangan ke sekolah-sekolah atau universitas yang dimana dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pentingnya pengetahuan keuangan. Dengan generasi milenial mempunyai pengetahuan keuangan diharapkan bisa mengelola keuangan pribadi mereka dengan baik agar terhindar dari perilaku konsumtif.

## **2. Bagi Generasi Milenial**

Bagi generasi milenial *financial attitude* diharapkan mampu menjadikan sikap keuangan generasi milenial menjadi lebih baik bagi kehidupan sehari-hari dan untuk masa depannya. Dengan cara banyak membaca buku atau mengikuti seminar, dengan banyak membaca buku atau mengikuti seminar otomatis *financial attitude* atau sikap keuangan di dalam diri juga ikut terasah karena sudah mempelajarinya. Dengan generasi milenial mempunyai sikap keuangan yang baik maka diharapkan mampu menyikapi keuangan dalam kehidupan sehari-harinya dengan baik juga. Pendapatan juga hal yang penting sebab pendapatan yang didapatkan diharapkan digunakan lebih bijak dan sebaik mungkin, mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, dan dalam mengonsumsi barang ataupun jasa tidak hanya mengikuti gaya hidup yang konsumtif saja. Dalam bermain media sosial sebaiknya digunakan dengan baik dan bijak, mengurangi mengikuti trend yang sedang *happening*, dan tidak terpengaruh terhadap iklan atau promosi yang ditawarkan. Sehingga generasi milenial diharapkan menyadari bahwa yang mereka lihat di media sosial belum tentu baik untuk perkembangan perilakunya.

Dengan menyadari bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Maka generasi milenial harus banyak membaca buku mengenai pengetahuan keuangan, dengan generasi milenial banyak

membaca dan mempelajari mengenai pengetahuan keuangan diharapkan bisa mengatur pengelolaan keuangan pribadi dengan baik agar terhindar dari perilaku konsumtif.

