

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, gaya hidup, dan *social influence* terhadap keputusan penggunaan *paylater* yang dilakukan maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis data, literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan *paylater*, namun pengaruh tersebut tidak signifikan. Hal ini terlihat dari nilai *p-value* sebesar 0,768 yang lebih besar dari 0,05, sehingga literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan. Selain itu, nilai *t-statistic* sebesar 0,295 lebih kecil dari nilai *t-tabel* sebesar 1,979, yang berarti hipotesis penelitian ditolak. *Original sample* sebesar -0,013 menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *paylater* bersifat negatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Ningsih et al., 2023) dan (Putri et al., 2023), yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memengaruhi keputusan penggunaan *paylater*. Hal ini dapat disebabkan oleh perilaku konsumtif yang tinggi, pengalaman keuangan yang terbatas, serta kurangnya edukasi keuangan yang memadai di masyarakat, khususnya di wilayah Bekasi Utara. Faktor lain yang memengaruhi tingginya penggunaan *paylater* adalah karakteristik mayoritas responden yang berada pada rentang usia 18–25 tahun. Pada usia tersebut, individu cenderung masih labil dalam pengelolaan keuangan dan

lebih terpengaruh oleh faktor eksternal. Selain itu, mereka cenderung memprioritaskan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan karena belum memiliki tanggung jawab finansial seperti keluarga. Kesimpulannya, literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan edukasi keuangan di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, agar mereka dapat membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

2. Berdasarkan analisis data, perilaku keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Nilai *p-value* sebesar 0,800 dan *t-statistic* 0,254 menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ditolak, meskipun *original sample* menunjukkan pengaruh negatif sebesar -0,016. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Anggraini, 2022) dan (Zein, 2024), yang menekankan kurangnya edukasi dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan sebagai faktor utama. Meskipun perilaku keuangan mencakup pengelolaan keuangan pribadi yang baik, banyak pengguna *paylater*, terutama generasi muda, tidak sepenuhnya memahami konsekuensi finansial dari layanan ini. Daya tarik kemudahan akses dan penawaran menarik dari *paylater* lebih memengaruhi keputusan mereka dibandingkan dengan perilaku keuangan yang baik atau buruk. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan edukasi mengenai risiko penggunaan layanan keuangan modern agar individu dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana.

3. Berdasarkan hasil analisis data, gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Nilai *p-value* sebesar 0,026 menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan karena kurang dari 0,05. Selain itu, nilai *t-statistic* sebesar 2,220 lebih besar dari *t*-tabel 1,979, yang mengonfirmasi bahwa hipotesis diterima. *Original sample* yang menunjukkan nilai 0,218 mengindikasikan bahwa pengaruh gaya hidup bersifat positif. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Saputra et al., 2023) dan (Maghfiroh et al., 2023), yang menyatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumen, semakin tinggi pula keputusan penggunaan *paylater*. Gaya hidup diartikan sebagai pola hidup individu yang mencakup kegiatan, minat, dan kebiasaan dalam pengeluaran uang. Perilaku konsumtif yang meningkat membuat konsumen lebih cenderung menggunakan *paylater* untuk memenuhi keinginan impulsif. Mayoritas responden berusia 18-25 tahun, yang merupakan kelompok usia remaja yang lebih peka terhadap tren dan cenderung menginginkan kemudahan serta kecepatan dalam konsumsi. Pengaruh sosial dan tekanan dari lingkungan sekitar juga berkontribusi pada keputusan untuk mengikuti gaya hidup tertentu, termasuk penggunaan *paylater*. Dengan demikian, peningkatan gaya hidup berhubungan langsung dengan peningkatan keputusan penggunaan *paylater* di kalangan masyarakat di Kota Bekasi Utara. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor gaya hidup, termasuk aktivitas, minat, dan pendapatan, sangat mempengaruhi keputusan penggunaan *paylater* di kalangan responden.
4. Berdasarkan analisis data, *social influence* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Dengan *p-value*

sebesar 0,000 dan *t-statistic* 7,935, hipotesis penelitian diterima, menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh lingkungan sosial, semakin tinggi keputusan individu untuk menggunakan *paylater*. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Saputra et al., 2023) dan (Lestari et al., 2023), yang menegaskan pentingnya dukungan dari keluarga, teman, dan tetangga dalam mempengaruhi perilaku konsumen terkait penggunaan teknologi. Interaksi dengan orang-orang terdekat yang memiliki pengalaman positif menggunakan *paylater* dapat mendorong individu untuk mencoba layanan ini. Selain itu, norma sosial dalam kelompok tertentu menciptakan tekanan untuk mengikuti perilaku konsumtif yang sama, sehingga penggunaan *paylater* dianggap wajar. Akses informasi positif mengenai *paylater* dari lingkungan sosial juga dapat meningkatkan minat dan. Gaya hidup kelompok yang lebih konsumtif mendorong individu untuk menggunakan *paylater* agar tetap relevan dalam kelompok tersebut. Dengan demikian, faktor-faktor sosial berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*, mencerminkan bagaimana kemajuan teknologi memudahkan transaksi digital dan meningkatkan kenyamanan masyarakat dalam menggunakan fitur ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki dampak kuat dalam membentuk keputusan konsumen untuk menggunakan *paylater*.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan diatas mengenai literasi keuangan, perilaku keuangan, gaya hidup, dan *social influence* terhadap keputusan penggunaan *paylater*, maka peneliti akan menjelaskan implikasi manajerial dari penelitian ini.

1. Bagi Pemerintah

Pemerintah dapat memberikan dukungan melalui suatu edukasi kepada masyarakat Kota Bekasi Utara tentang *soft skill* dan *hard skill* mengenai pengelolaan keuangan dan pemanfaat suatu produk-produk keuangan yang tepat agar dapat memiliki suatu pengetahuan yang memadai untuk dijadikan kontrol diri pada saat pengimplementasian produk-produk keuangan yang akan berpengaruh terhadap pemilihan dan keputusan keuangan yang tepat, selanjutnya pemerintah juga dapat memberikan sebuah edukasi mengenai arti penting dari uang yaitu mengenai penggunaan dan pengalokasian uang yang tepat sehingga masyarakat kota Bekasi Utara tidak salah dalam mempersepsikan arti penting dari uang didalam kehidupannya.

2. Bagi Masyarakat Kota Bekasi Utara

Masyarakat Kota Bekasi Utara dapat menjadikan literasi keuangan, perilaku keuangan, gaya hidup, dan *social influence* sebagai gambaran untuk dapat mengetahui bahwa suatu bentuk keputusan didasari oleh pola pikir seseorang itu mengimplementasikannya, dengan mengetahui bahwa pengetahuan yang cukup saja tidak memadai untuk suatu keputusan, pemenuhan keinginan dan menanggapi uang bagian terpenting untuk kearah yang lebih positif.