

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan *e-payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 220 responden yang tergolong dalam kelompok usia milenial dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural Equation Modeling*). Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kemudahan Penggunaan *E-Payment* terhadap Perilaku Konsumtif

Kemudahan penggunaan *e-payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan *e-payment* digunakan, maka semakin besar pula kecenderungan generasi milenial untuk melakukan konsumsi. Kemudahan dalam mengakses aplikasi, kecepatan dalam bertransaksi, serta kenyamanan yang ditawarkan, menjadikan *e-payment* sebagai pemicu kuat dalam mendorong perilaku konsumtif. Temuan ini memperkuat teori sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi keuangan dapat menjadi pengaruh perilaku

konsumsi.

2. Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Gaya hidup digital yang modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi membuat generasi milenial cenderung mengintegrasikan *e-wallet* sebagai bagian dari aktivitas kesehariannya. *E-wallet* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup praktis dan efisien yang sesuai dengan karakter mereka yang adaptif terhadap teknologi dan tren sosial.

3. Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* generasi milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa tingkat pemahaman keuangan, baik tinggi maupun rendah, tidak secara langsung memengaruhi kecenderungan konsumtif pada kelompok responden dalam penelitian ini. Meskipun demikian, *mean* pada deskripsi statistik literasi keuangan responden berada pada angka 3,65 yang berada pada kategori sedang atau ragu-ragu mengindikasikan perlunya penguatan pemahaman keuangan agar generasi milenial mampu mengambil keputusan finansial yang lebih bijak di tengah kemudahan akses layanan keuangan digital.

B. Saran

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Generasi Milenial

Generasi milenial merupakan kelompok yang paling rentan dalam berperilaku konsumtif karena berada pada usia produktif dimana sudah bekerja, dan memiliki kebutuhan keluarga. Berdasarkan analisis deskriptif, indikator dengan nilai mean terendah dari keempat variabel mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif berisiko di kalangan Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. Rendahnya nilai *mean* variabel Kemudahan Penggunaan *E-Payment*, pada indikator X1.1 dengan *mean* 4,02, serta pada variabel Gaya Hidup dengan indikator X2.1 dengan *mean* 3,90 menggambarkan adanya kecenderungan penggunaan *e-payment* khususnya *e-wallet*, secara intensif. Sementara itu, pada variabel Literasi Keuangan pada indikator X3.2 dengan *mean* 3,48 dan pada variabel Perilaku Konsumtif pada indikator Y1.3 dengan *mean* 3,61 menunjukkan bahwa sebagian responden belum memiliki kebiasaan pengelolaan keuangan yang baik dan masih terdorong melakukan pembelian demi penampilan serta gengsi.

Oleh karena itu, generasi milenial disarankan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang literasi keuangan untuk mengurangi risiko kesalahan dalam mengelola keuangan, mengembangkan kebiasaan yang baik dalam mengelola keuangan, seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran

keuangan pribadi, menghindari pembelian produk yang tidak perlu untuk menjaga penampilan dan gengsi, dan yang terakhir dapat menggunakan *e-payment* terutama *e-wallet* secara bijak serta membatasi penggunaan fitur-fitur digital seperti *PayLater* dan lebih bijak lagi dalam melakukan pinjaman *online* ilegal yang dapat memperburuk kondisi keuangan.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah perlu lebih responsif terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi milenial, yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan baik rendah maupun tinggi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif di Daerah Istimewa Yogyakarta, temuan ini justru menegaskan pentingnya strategi intervensi yang lebih tepat sasaran. Berdasarkan hasil analisis, indikator literasi keuangan dengan *mean* terendah terdapat pada X3.2, yaitu pernyataan “Saya selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan pribadi” dengan nilai *mean* 3,48. Hal ini mengindikasikan lemahnya kebiasaan pencatatan keuangan di kalangan responden.

Oleh karena itu, pemerintah bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perlu merancang inovasi program literasi keuangan yang berfokus pada penguatan keterampilan pencatatan keuangan pribadi. Program tersebut dapat dikembangkan melalui metode interaktif, seperti pelatihan berbasis simulasi pengelolaan anggaran, penggunaan buku catatan keuangan sederhana, maupun

integrasi fitur pencatatan keuangan dalam aplikasi keuangan yang mudah diakses masyarakat. Pendekatan ini diharapkan mampu menumbuhkan kebiasaan pengelolaan keuangan yang terstruktur, meningkatkan kesadaran perencanaan keuangan, serta membantu masyarakat khususnya generasi milenial menjaga keseimbangan finansial di tengah tren konsumsi yang terus berkembang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam jumlah variabel yang dianalisis serta ruang lingkup responden yang terbatas pada generasi milenial di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan nilai *Adjusted R-Square* pada variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0,217. Sementara itu, sisanya sebesar 78,3%. Oleh karena itu, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitian dengan memasukkan variabel lain yang dinilai memiliki relevansi tinggi terhadap perilaku konsumtif dalam konteks era digital saat ini.

Beberapa variabel yang dapat dijadikan pertimbangan di antaranya adalah variabel *self-control*, mengingat kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan konsumsi sangat berperan dalam menentukan pola belanja, terutama dalam situasi yang menuntut keputusan cepat seperti penggunaan *e-wallet*. Variabel *materialisme* juga menjadi variabel penting karena kecenderungan untuk memaknai kebahagiaan dan identitas diri melalui kepemilikan barang sering kali mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, pengaruh

variabel media sosial perlu diperhatikan, sebab paparan terhadap konten konsumtif, iklan digital, dan gaya hidup yang ditampilkan oleh figur publik atau influencer dapat membentuk persepsi konsumsi dan meningkatkan kecenderungan konsumtif.

Studi lanjutan juga disarankan untuk memperluas segmentasi usia, agar tidak hanya berfokus pada generasi milenial, melainkan juga mencakup generasi Z atau X untuk melihat perbandingan antar kelompok usia. Di samping itu, cakupan geografis yang lebih luas di luar D.I. Yogyakarta perlu dipertimbangkan agar hasil penelitian lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi terhadap populasi konsumen di Indonesia.