

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar penelitian terhadap 118 responden yang merupakan pengguna *digital payment*, disimpulkan bahwa:

1. Variabel *Digital Payment* berpengaruh signifikan terhadap Variabel Perilaku Konsumtif. Ini menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* memiliki dampak pada perilaku konsumtif pengguna.
2. Variabel Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap Variabel Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai keuangan syariah tidak cukup kuat untuk mengurangi perilaku konsumtif pengguna *digital payment*.
3. Kontrol Diri tidak memoderasi pengaruh *Digital Payment* terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menandakan Kontrol Diri tidak cukup efektif dalam

mengurangi efek konsumtif dari penggunaan *digital payment*.

4. Kontrol Diri juga tidak memoderasi pengaruh Literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif. Ini menunjukkan bahwa Kontrol Diri juga tidak cukup efektif dalam memengaruhi hubungan antara Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif.
5. Kontribusi pengaruh variabel *Digital Payment* dan Literasi Keuangan Syariah terhadap variabel Perilaku Konsumtif setelah adanya variabel moderasi (Kontrol Diri) sebesar 14,5%. Maka hal ini menunjukkan bahwa setelah adanya variabel moderasi (Kontrol Diri) dapat memperkuat pengaruh variabel *Digital Payment* dan Literasi Keuangan Syariah terhadap variabel Perilaku Konsumtif atau pengaruh variabel *digital payment* dan literasi keuangan meningkat sebesar 14,5% ketika diinteraksikan bersama dan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif dan sisanya

sebesar 85,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan dapat bermanfaat bagi sektor ekonomi khususnya bisnis era revolusi industri terkini. Kehadiran *digital payment* membawa implikasi signifikan bagi dunia bisnis. *Digital payment* menjadikan transaksi lebih mudah dan cepat dibandingkan dengan metode pembayaran dengan uang tunai. Penggunaan *digital payment* juga memungkinkan pelaku bisnis memperluas basis pelanggan hingga lintas pulau bahkan lintas negara. Hal ini dapat mendorong adanya peningkatan pada penjualan yang dapat meningkatkan pendapatan.

Meningkatnya pengguna *digital payment* terutama di kalangan generasi milenial dan generasi Z menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis dan penyedia layanan keuangan. Pelaku bisnis dan penyedia layanan keuangan harus mampu melihat lebih dalam perkembangan teknologi dan tren minat pasar guna mengembangkan fitur-fitur baru yang dapat

memenuhi kebutuhan konsumen terutama preferensi generasi milenial dan generasi Z, mengintegrasikan berbagai *platform digital payment* dalam sistem pembayaran bisnis untuk memberikan pilihan yang lebih luas kepada konsumen, bekerjasama dengan *platform e-commerce* guna memperluas jangkauan pengguna *digital payment*. Langkah yang tepat dalam memanfaatkan peluang yang hadir dari perkembangan teknologi informasi ini akan dapat memudahkan peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia terutama pertumbuhan ekonomi di Provinsi Banten.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian telah dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian tentu masih terdapat beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Penelitian ini memiliki sampel yang tidak cukup besar untuk mewakili seluruh populasi pengguna *digital payment* di kalangan generasi milenial dan generasi Z Provinsi Banten.
2. Perbedaan preferensi konsumen, budaya, dan nilai agama dapat memengaruhi persepsi dan penerimaan

terhadap *digital payment* dan literasi keuangan syariah yang mungkin tidak terwakili seutuhnya dalam penelitian ini.

3. Pengukuran kontrol diri sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat ataupun memperlemah perilaku konsumtif mungkin belum seluruhnya dieksplorasi dalam penelitian ini.

D. Saran

Dari hasil analisis dan simpulan penelitian, terdapat beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas cakupan penelitiannya dengan menambahkan variabel yang memengaruhi perilaku konsumtif serta menambahkan sumber data dengan teknik lain seperti wawancara kepada pengguna *digital payment* yang akan dijadikan sampel.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah sampel yang beragam dan jumlah sampel, tidak hanya generasi milenial dan generasi Z, namun menjadikan generasi

Alpha dan *baby boomers* pengguna *digital payment* sebagai objek penelitian.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan menguatkan indikator-indikator masing-masing variabel sehingga hasil dari pengukuran pengaruh penggunaan *digital payment* dan faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif menjadi lebih kuat dan lebih komprehensif.